

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

NOMOR SKRIPSI

3979/KOM-D/SD-S1/2020

**AKTIVITAS MEDIA RELATIONS DINAS KEBUDAYAAN  
DAN PARIWISATA DALAM MEMPROMOSIKAN  
TEMPAT-TEMPAT WISATA DI KOTA  
SAWAHLUNTO SUMATERA BARAT**



UIN SUSKA RIAU

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

**HONEY INDAH MONISSA**

NIM. 11343203980

**PRODI KOMUNIKASI****FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI****UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM****RIAU****2019**

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“Aktivitas Media Relations Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Dalam Mempromosikan Tempat Tempat Wisata di Kota Sawahlunto Sumatra Barat”**

Nama : Honey Indah Monissa  
NIM : 11343203980  
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Telah dimunaqasahkan dalam Sidang Ujian Skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 7 November 2019

Dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi (S.I.Kom) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 19 Mei 2020

Dekan

Dr. Nurdin, M.A

NIP. 19660 620 200604 1 015

Tim Penguji

Sekretaris/Penguji II

Listiawati Susanti, S.Ag., MA

NIP. 19720 712 200003 2 003

Ketua/Penguji I

Azlati, M.Ag

NIP. 19700 817200701 2 031

Penguji III

Drs. Suhaimi, D., M.Si

NIP. 19500 828 197903 1 002

Penguji IV

Mardhiah Rubani, M.Si

NIP. 19790 302 200701 2 023

1. Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
  - a. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp. 0761-562223  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: lain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Halaman Persetujuan Pembimbing

AKTIVITAS MEDIA RELATIONS DINAS KEBUDAYAAN DAN  
PARIWISATA DALAM MEMPROMOSIKAN TEMPAT-TEMPAT  
WISATA DI KOTA SAWAHLUNTO SUMATERA BARAT

Disusun Oleh:

NAMA : HONEY INDAH MONISSA  
NIM : 11343203980

Telah disetujui dosen pembimbing pada tanggal: 08 Agustus 2019

Pembimbing I

Intan Kemala, S.SOS, M.Si  
NIP. 198103122008012017

Pembimbing II

Miftahuddin, M.Ag  
NIP. 197505112003121003

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Komunikasi

Dra. Atjih Sukaesih, M.Si  
NIP. 196911181996032001

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال  
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrandas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp. 0761-562223  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: lain-sq@pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN

Proposal dengan judul "Aktivitas Media Relations Dinas Kebudayaan dan Pariwisata  
Dalam Mempromosikan Tempat-Tempat Wisata di Kota Sawahlunto Sumatera Barat"  
yang diajukan saudara:

Nama : Honey Indah Monissa

NIM : 11343203980

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Telah diseminarkan pada :


Hari : Selasa

Tanggal : 10 April 2018

Dengan ini dapat diterima untuk penelitian skripsi selanjutnya sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Qasim Riau.

Pekanbaru, 10 April 2018

Penguji

  
Mustafa S. Sos, M.I.Kom

NIP.130417024

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Pekanbaru, 08 Agustus 2019

No :Nota Dinas  
Lampiran : -  
Hal : Pengujian Skripsi

Kepada Yth,

**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau**

Di \_

**Tempat**

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan hormat,

Setelah kami mengadakan pemeriksaan dan perubahan seperlunya guna untuk kesempurnaan skripsi ini, maka mahasiswa berikut ini:

**Nama : HONEY INDAH MONISSA**  
**NIM : 11343203980**  
**Jurusan : Komunikasi**  
**Konsentrasi : Public Relations (PR)**

Dengan diajukan untuk menempuh ujian skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi dengan judul **"AKTIVITAS MEDIA RELATIONS DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA DALAM MEMPROMOSIKAN TEMPAT-TEMPAT WISATA DI KOTA SAWAAHLUNTO SUMATERA BARAT"**.

Harapan kami agar dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian surat pengajuan ini dibuat, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wasalam Wr.Wb

Pembimbing I

**Intan Kemala, S.Sos, M.Si**  
**NIP. 198103122008012017**

Pembimbing II

**Miftahuddin, M.Ag**  
**NIP. 197505112003121003**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Nama : HONEY INDAH MONISSA**

**Nim : 11343203980**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul **“AKTIVITAS MEDIA RELATIONS DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA DALAM MEMPROMOSIKAN TEMPAT-TEMPAT WISATA DI KOTA SAWAAHLUNTO SUMATERA BARAT”** adalah betul - betul karya sendiri. Hal - hal yang bukan karya saya dalam skripsi tersebut, telah diberi tanda *citasi* dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Pekanbaru, 08 Agustus 2019  
Mengetahui



**HONEY INDAH MONISSA**  
**NIM. 11343203980**



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**ABSTRAK**

**Nama : Honey Indah Monissa**  
**Jurusan : Ilmu Komunikasi**  
**Judul : Aktivitas Media Relations Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Mempromosikan Tempat-Tempat Wisata di Kota Sawahlunto Sumatera Barat**

Dalam penelitian ini, penulis ingin mengetahui aktivitas media relations Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam mempromosikan tempat-tempat wisata di Kota Sawahlunto Sumatera Barat. Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana aktivitas media relations Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam mempromosikan tempat-tempat wisata di Kota Sawahlunto Sumatera Barat. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data primer dalam penelitian ini diperoleh berdasarkan observasi dan wawancara dengan Ketua Humas dan Kasi Pemasaran dan Kerjasama Pariwisata. Kemudian data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen-dokumen, dokumentasi, arsip dan berbagai laporan mengenai subjek yang akan diteliti. Hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa aktivitas media relations Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam mempromosikan tempat-tempat wisata di Kota Sawahlunto Sumatera Barat antara lain yaitu menjaga netralitas dan objektivitas terhadap informasi atau data yang berkembang di media massa, mendapatkan sarana yang tepat untuk kepentingan publikasi, melahirkan umpan balik dan respon dari publik serta menumbuhkan kepercayaan media dan publik.

**Kata Kunci:** *Aktivitas, Media Relations, Promosi, Tempat Wisata*





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**ABSTRACT**

**Name : Honey Indah Monissa**  
**Department : Communication**  
**Title : The Media Relations Activities of Tourism and Culture Government Agency in Promoting the Tourism Sites in Sawahlunto Sumatera Barat**

In this study, the author wants to investigate the activities of media relations of Culture and Tourism Agency in promoting tourist places in Sawahlunto, West Sumatera. The problem of this study is how the media relations activities of the of Culture and Tourism agency in promoting tourist places in Sawahlunto, West Sumatera. This study uses descriptive qualitative methods. Primary data in this study are obtained based on observations and interviews with the Head of Marketing and Public Relations and Tourism Cooperation. Then the secondary data are obtained from documents, documentation, archives and various reports on the subject. Based on the results of the research, it can be concluded that the activities of media relations of Culture and Tourism agency in promoting tourist places in Sawahlunto West Sumatera are among others; to maintain the neutrality and objectivity of the information or data that is developing in the mass media, to get the right tools for the purpose of publication, to get the feedback and response from the public and foster the media and public confidence.

**Keywords:** *Activities, Media Relations, Promotions, Travel Places*



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## KATA PENGANTAR



Segala puji kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Aktivitas Media Relations Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Mempromosikan Tempat-Tempat Wisata di Kota Sawahlunto Sumatera Barat”** ini tepat waktu.

Shalawat dan salam penulis sampaikan kepada Nabi junjungan Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari zaman kebodohan menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan saat ini.

Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan atau arahan kepada penulis selama proses penyusunan proposal, penelitian, riset lapangan dan skripsi ini. Untuk itu pula penulis menyampaikan penghargaan terimakasih setinggi-tingginya kepada kedua orang tua tercinta **Ayahanda Drs, Syaharuddin dan Ibunda Desmaniar S.Pd** yang telah memberikan dukungan, do'a, semangat, dan kasih sayang, kepada penulis agar bisa menjadi anak yang berguna. Seterusnya penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

Bapak Prof. Dr. H. Akhmad Mujahidin, MA.g selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Bapak Dr. Drs. H.Suryana Jamrah .MA selaku Wakil Rektor I, Bapak Dr. H. Kusnadi, M.Pd selaku Wakil Rektor II, dan Dr.H.Promadi, MA.Ph D.selaku Wakil Rektor III

Bapak Dr. Nurdin, MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Bapak Dr. Masduki, M.Ag sebagai Wakil Dekan I Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Bapak Dr. Toni Hartono, M.Si, sebagai Wakil Dekan II dan Bapak Dr.Azni, S.Ag, M.Ag sebagai Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ibu Dra. Atjih sukaesih, M.Si sebagai Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Bapak Yantos, M.Si sebagai Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Bapak Dr. Elfiandri, M.Si sebagai Penasehat Akademik (PA) yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.

Ibu Intan Kemala, S.Sos, M.Si selaku Pembimbing I dan Bapak Miftahuddin, M.Ag selaku Pembimbing II yang telah banyak memberikan masukan serta motivasinya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

10. Seluruh dosen-dosen se Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah mengajar dan mendidik baik secara teoritis maupun praktis.

11. Staff dan seluruh pegawai yang berada di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang membantu penulis dalam menyelesaikan seluruh administrasi dan surat-menyurat selama masa perkuliahan.

12. Bobby Setiawan Putra S.E selaku suami tercinta, Yogie Harde Tama S.E, Deden Harda Purnama S.K.M dan Muhammad Fadhil Adha selaku saudara kandung yang telah memberikan semangat kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.

13. Jeanne Jessica, Gilang Mahardhika, Julia Alkisah S.Sos, Risky Hamdani, Hidayat Alfa Amra S.I.Kom, dan seluruh teman-teman kelas Public Relations A yang sudah memberikan *support* agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.

Terima kasih penulis ucapkan kepada semua pihak yang telah membantu selama menjalani proses perkuliahan di UIN SUSKA RIAU FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI konsentrasi Jurnalistik. Penulis juga memohon maaf atas segala kesalahan dan kekurangan yang penulis perbuat selama perkuliahan berlangsung baik yang disengaja maupun tidak disengaja. Penulis menyadari



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

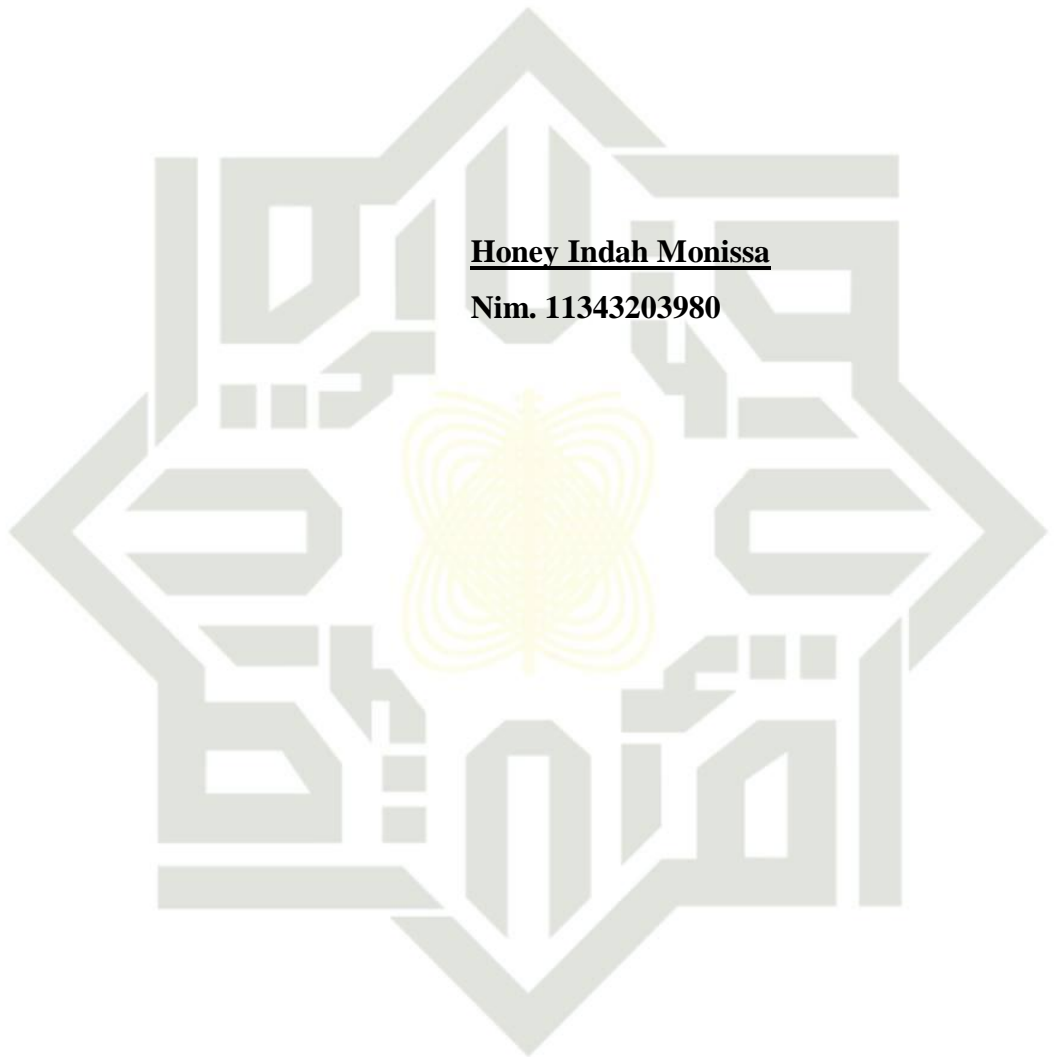
Bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari perbaikan dimasa mendatang.

Pekanbaru, 07 Oktober 2019

Penulis,

**Honey Indah Monissa**

**Nim. 11343203980**



UIN SUSKA RIAU





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**DAFTAR ISI**

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Penegasan Istilah .....	4
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	5
1. Tujuan Penelitian .....	5
2. Kegunaan Penelitian .....	5
E. Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Kajian Teori.....	7
1. Model <i>Two Way Symmetrical</i> .....	7
2. Aktivitas.....	7
3. Media Relations .....	9
a. Definisi Media Relations .....	9
b. Fungsi Media Relations .....	12
c. Tujuan Media Relations.....	12
d. Prinsip Kerja Media Relations.....	13
4. Promosi.....	15
a. Definisi Promosi .....	15
b. Fungsi Promosi .....	17
c. Tujuan Promosi.....	18
B. Kajian Terdahulu .....	20
C. Kerangka Pikir .....	22



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	24
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	24
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	24
D. Sumber Data .....	25
E. Informan Penelitian .....	25
F. Teknik Pengumpulan Data .....	25
1. Wawancara .....	26
2. Observasi .....	26
3. Dokumentasi.....	26
G. Validitas Data .....	27
H. Teknik Analisis Data .....	28

### **BAB IV GAMBARAN UMUM**

A. Sejarah Singkat .....	30
B. Landasan Hukum .....	30
C. Tugas Pokok dan Fungsi.....	31
D. Struktur Organisasi .....	39

### **BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian.....	42
B. Pembahasan .....	59

### **BAB VI PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	70
B. Saran .....	71

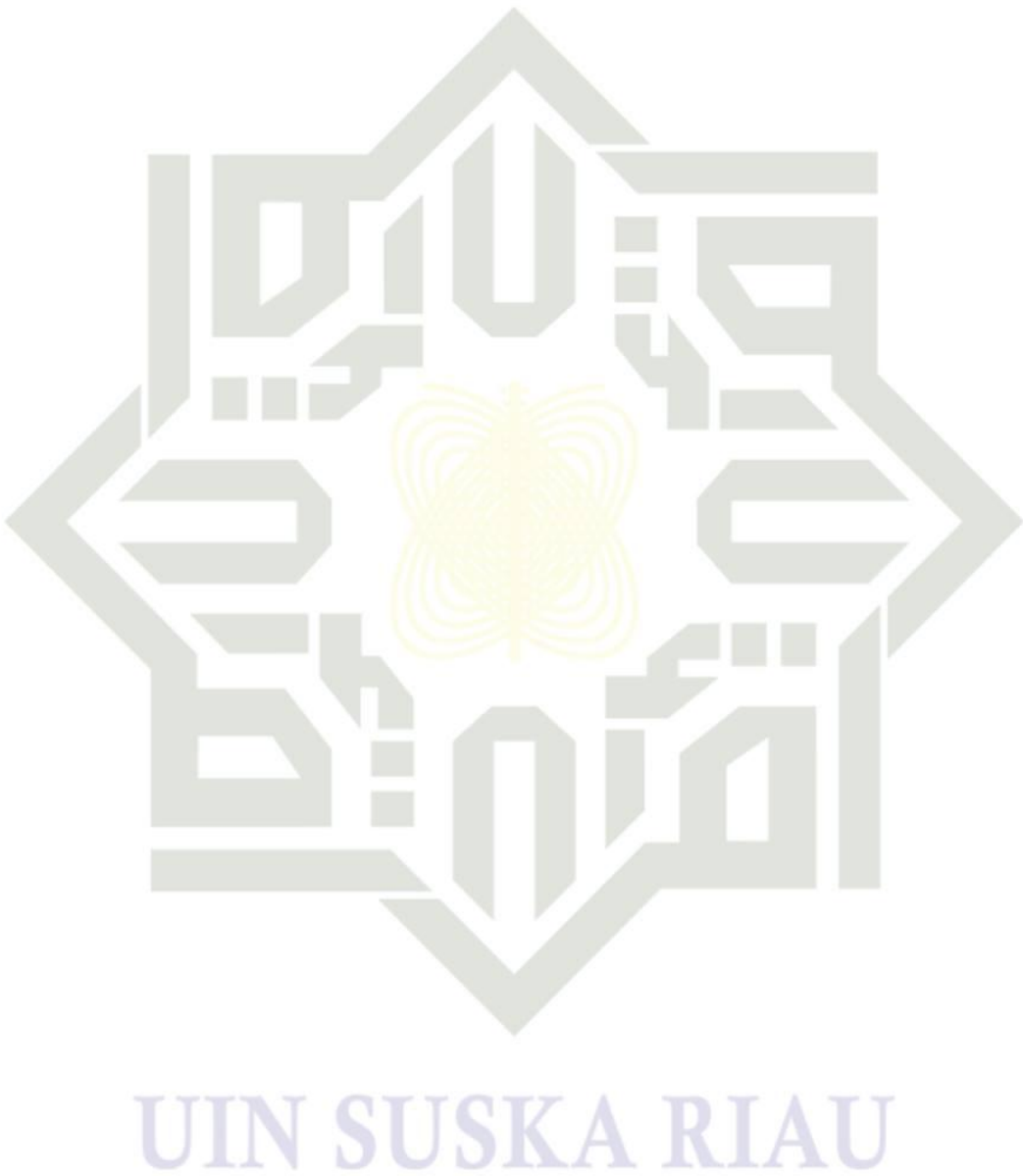
### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

UIN SUSKA RIAU

DAFTAR TABEL

Tabel 5.1	Daftar Nama Informan Penelitian.....	42
-----------	--------------------------------------	----



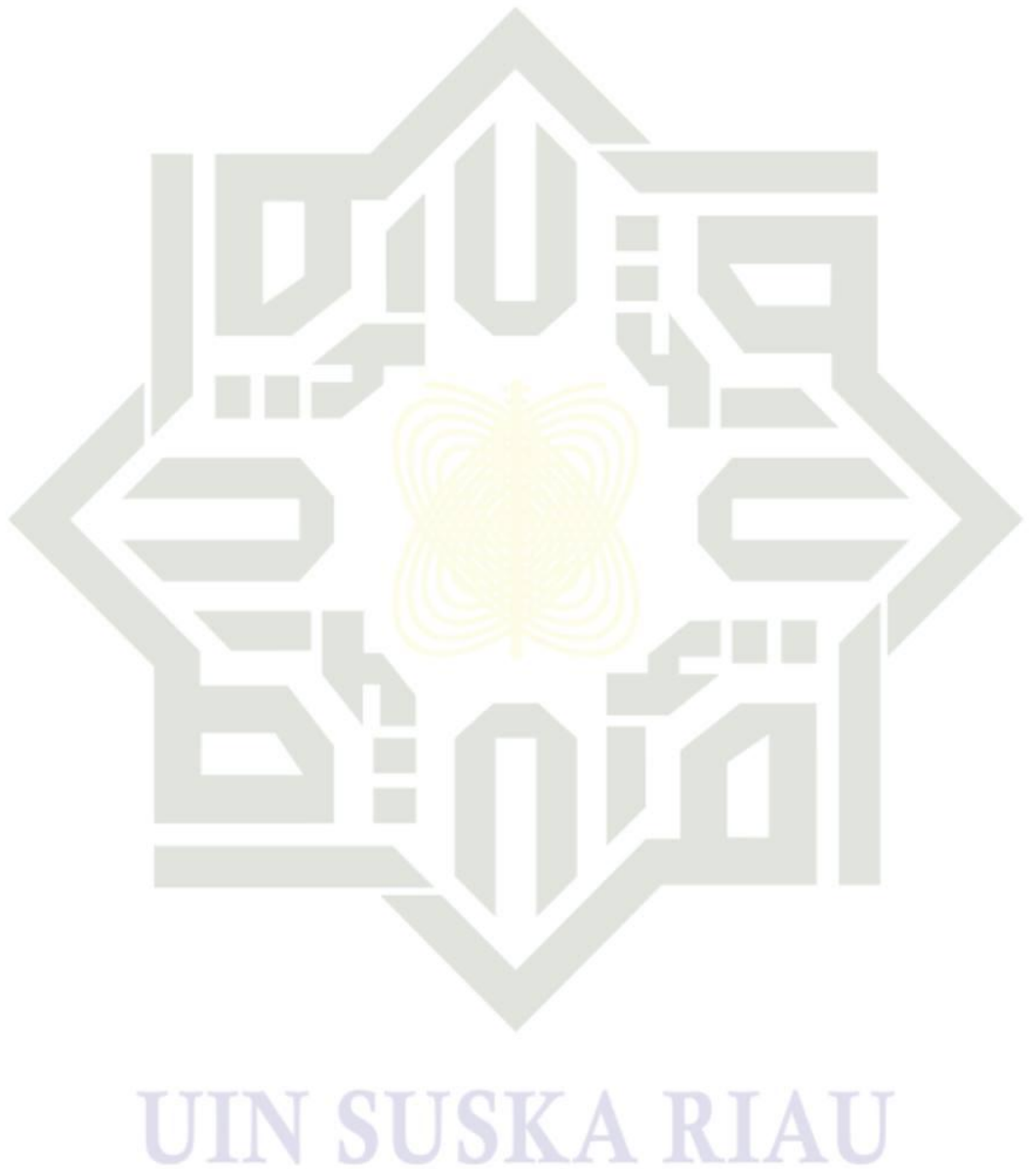
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian.....	23
---	----



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Daftar Wawancara
Lampiran 2	: Dokumentasi Hasil Penelitian
Lampiran 4	: Surat Penunjukan Pembimbing
Lampiran 5	: Naskah Riset Proposal
Lampiran 6	: Nota Dinas
Lampiran 7	: Surat Izin Mengadakan Penelitian dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Lampiran 8	: Surat Balasan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Sawahlunto

UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I PENDAHULUAN

### A Latar Belakang

Sektor pariwisata sebagaimana kedudukannya sekarang ini, merupakan salah satu sektor unggulan (*leading sector*) dalam perekonomian nasional yang senantiasa perlu di kembangkan dan di tingkatkan. Jika ditinjau dari aspek sosial ekonomi dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, perluasan kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan pemerintah, peningkatan penerima devisa meningkatkan kewirausahaan nasional dan turut mendorong pembangunan di daerah. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor: 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan digariskan bahwa pembangunan pariwisata perlu ditingkatkan untuk memperluas kesempatan kerja dan kesempatan berusaha, meningkatkan penerimaan devisa serta memperkenalkan alam kebudayaan Indonesia.

Dalam perkembangan dunia saat ini tidak dapat dipungkiri bahwa kegiatan berwisata sudah menjadi kebutuhan sekunder bagi setiap orang. Semakin padatnya aktivitas yang dilakukan seseorang akan berimbas pada besarnya kebutuhan untuk mendapatkan hiburan yang menyenangkan untuk melepaskan penat dari rutinitas sehari-hari ataupun sekedar berkumpul bersama keluarga. Hal ini menjadi peluang bagi pelaku usaha pariwisata untuk dapat menyediakan sarana dan prasarana pariwisata apabila ditinjau dari tingginya dari jumlah kedatangan wisatawan di Indonesia.

Pelaksanaan otonomi daerah di Indonesia yang di dasarkan pada undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 yang telah di ubah menjadi Undang-Undang 12 Tahun 2008 tentang Pemerintahan Daerah merupakan landasan bagi Pemerintah Daerah dalam menjalankan roda pemerintahan di daerahnya. Otonomi daerah menciptakan ruang gerak yang lebih bebas dalam membuat kebijakan dan peraturan daerah yang melibatkan pihak-pihak terkait yang sesuai dengan pemahaman dan kebutuhan masyarakat masing-masing daerah tersebut, tidak terkecuali dengan pembangunan sector kepariwisataan.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam menghadapi perubahan global dan penguatan hak pribadi masyarakat untuk menikmati waktu luang dengan berwisata, perlu dilakukan pembangunan kepariwisataan yang bertumpu pada keanekaragaman, keunikan, kekhasan bangsa dengan tetap menempatkan kebinekaan sebagai suatu yang hakiki dalam bingkai Negara Kesatuan Republik Indonesia

Pariwisata adalah satu industri yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, serta hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya. Pengembangan dan pendayagunaan pariwisata serta optimal mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi, mempertimbangkan hal tersebut maka penanganan yang baik sangat diperlukan dalam upaya pengembangan objek wisata di Indonesia. Langkah tersebut dilakukan guna mengetahui potensi dan permasalahan yang ada pada setiap objek untuk kemudian mencari solusinya. Langkah lainnya adalah promosi dengan media cetak, elektronik maupun multimedia agar masyarakat juga mengetahui akan keberadaan objek-objek tersebut dan turut berpartisipasi dalam pengembangannya.

Kegiatan promosi tidak hanya dimanfaatkan pada perusahaan-perusahaan swasta yang bersifat mencari keuntungan (*profit*) saja, namun juga diberbagai bidang atau instansi yang bersifat nonprofit, instansi atau organisasi yang bersifat nonprofit merupakan badan atau bidang pekerjaan yang tidak mengharapkan profit dalam setiap aktivitas yang dilakukan. Keuntungan atau profit yang diharapkan oleh pihak internal organisasi jenis ini adalah perhatian, partisipasi, dan kerjasama publik atau masyarakat pada setiap aktivitas promosi yang dilakukan.

Promosi pariwisata yang diadakan adalah untuk memberitahukan, membujuk atau meningkatkan konsumen atau wisatawan supaya wisatawan yang bersangkutan mempunyai keinginan untuk datang berkunjung ke daerah yang telah dipromosikan. Oleh karena itu, promosi harus dilakukan melalui media komunikasi yang efektif, sebab orang-orang yang menjadi sasaran promosi mempunyai selera dan keinginan yang berbeda-beda.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Di era informasi saat ini, menjalin hubungan baik antara perusahaan/instansi dengan media massa bukanlah hal yang mudah. Disisi lain media massa masih menggunakan prinsip “*bad is news*” atau segala sesuatu yang negatif dan kontroversial memiliki nilai berita yang tinggi padahal bagi perusahaan yang menjadi obyek berita tersebut, akan memperoleh penilaian buruk dari masyarakat serta berdampak bagi kelancaran roda bisnis perusahaan atau instansi. Aktivitas media relation dalam sebuah perusahaan sangat diperlukan untuk menstabilkan berbagai informasi yang disampaikan ke kahalayak pasar.<sup>1</sup>

Aktivitas Media Relations Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Dalam Mempromosikan Tempat-Tempat Wisata di Kota Sawahlunto Sumatera Barat, dilakukan oleh seorang humas, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Sawah Lunto dalam menjalankan tugasnya bekerjasama dengan media, agar tempat-tempat wisata yang ada di Sawah Lunto diketahui oleh masyarakat dalam negeri maupun manca negara dan khususnya bagi masyarakat Sumatera Barat.

Hal tersebut menjadi masalah bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Sawah Lunto dalam mewujudkan visi dan misinya, yaitu Pemerintah Kota Sawahlunto, Sumatera Barat, menargetkan daerah itu menjadi tempat wisata tambang yang berbudaya pada 2020 dengan terus meningkatkan infrastruktur seperti pelebaran jalan dan fasilitas penunjang pariwisata. Oleh karena itu, sangat perlu dijalin kerjasama yang lebih intens antara Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Sawahlunto dengan media.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan judul “Aktivitas Media Relations Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Dalam Mempromosikan Tempat-Tempat Wisata di Kota Sawahlunto Sumatera Barat”

---

<sup>1</sup>Wardhani, *Media Relations: Sarana Membangun Reputasi Organisasi*, (Jogjakarta: Pustaka Ilmu, 2008), h. 1

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**B. Penegasan Istilah**

Untuk menghindari kesalah pahaman terhadap istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka penulis perlu menegaskan istilah-istilah dalam penelitian ini sebagai berikut:

**1. Aktivitas**

Menurut Anton M. Mulyono, Aktivitas artinya kegiatan atau keaktifan Jadi segala sesuatu yang dilakukan atau kegiatan-kegiatan yang terjadi baik fisik maupun non-fisik, merupakan suatu aktivitas.<sup>2</sup>

**2. Media Relations**

Menurut Iriantara (2005) Media relations merupakan bagian dari humas eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan publik untuk mencapai tujuan organisasi.<sup>3</sup>

**3. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Sawahlunto**

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Sawahlunto adalah instansi pemerintahan yang berkedudukan di jalan. Kebun Jati No.01 Kel. Saringan SAWAHLUNTO merupakan unsur pelaksana pemerintah dalam menyelenggarakan urusan kepariwisataan di Kota Sawahlunto ([www.SumbarProv.go.id](http://www.SumbarProv.go.id))

**4. Promosi**

Pengertian promosi menurut siswanto dalam<sup>4</sup> sebagai berikut: “Promosi adalah kegiatan memperkenalkan produk, meyakinkan dan meningkatkan kembali produk sasaran pembeli dengan harapan mereka tergerak hatinya dan secara sukarela membeli produk”.

**5. Tempat wisata**

Tempat wisata adalah suatu bentukan dari aktifitas dan fasilitas yang berhubungan, yang dapat menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah atau tempat tertentu ([www.atobasahona.com](http://www.atobasahona.com)).

<sup>2</sup>Soetarno, *Pembelajaran Efektif*, (Bandung: Dunia Baru, 2001), h. 104

<sup>3</sup>Yosal Iriantara, *Media Relations: Konsep, Pendekatan Dan praktik*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2005), h. 57

<sup>4</sup>David Fred R, *Manajemen Strategis: Konsep Edisi Ke 7*, (Jakarta: PT. Prenhallindo, 2002), h. 21



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana aktivitas media relations Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Sawahlunto dalam mempromosikan tempat-tempat wisata?

**D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

**1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui aktivitas media relations Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Sawahlunto dalam mempromosikan tempat-tempat wisata

**2. Kegunaan penelitian**

a. Secara Teoritis

- 1) Sebagai ilmu bagi penulis khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi pada umumnya.
- 2) Sebagai hasil penelitian agar dapat dijadikan sebuah referensi bagi khalayak yang ingin mendalami Media Relations.
- 3) Diharapkan supaya pengembangan Ilmu Komunikasi, dan Public Relations khususnya dalam melaksanakan kegiatan media relations.

b. Secara Praktis

- 1) Penulis berharap penelitian ini dapat menjadi masukan bagi praktisi public relations, terkhusus bagi instansi dalam menyusun kebijakan untuk meningkatkan aktivitas media relations dalam mencapai sasarannya.
- 2) Sebagai syarat untuk menyelesaikan studi Strata Satu (S1) Jurusan Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada konsentrasi Public Relations.
- 3) Diharapkan judul ini dapat menjadi sumbangan akademis tentang aktivitas media relations Dinas kebudayaan dan pariwisata Kota Sawahlunto Sumatera Barat dalam mempromosikan tempat-tempat wisata.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang terdiri dari : Latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

**BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR**

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang berkaitan dengan pembahasan masalah yang diteliti. Termasuk di dalamnya kajian teori, kajian terdahulu, dan kerangka pikir.

**BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data, dan teknik analisis data.

**BAB IV : GAMBARAN UMUM**

Bab ini berisikan tentang sejarah singkat, landasan hukum, tugas pokok dan fungsi, dan struktur organisasi.

**BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisikan uraian secara umum tentang hasil penelitian dan pembahasan.

**BAB VI : PENUTUP**

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang membangun bagi objek penelitian agar bisa lebih baik lagi untuk kedepannya.

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

#### A Kajian Teori

##### 1. Model *Two way Symmetrical*

Model *Two way Symmetrical* adalah model komunikasi simetris dua arah timbal balik yang menggambarkan bahwa propaganda atau kampanye melalui komunikasi dua arah timbal balik yang berimbang. Model ini dapat memecahkan suatu konflik yang terjadi dan mampu memperbaiki pemahaman publik secara strategis, yang dapat diterima dan dianggap lebih etis dalam menyampaikan pesan atau informasi melalui teknik komunikasi.<sup>5</sup>

Komunikasi yang dilakukan dalam teori model ini berfungsi sebagai alat negosiasi dan kompromi dalam mewujudkan pemecahan masalah yang “*win-win solutions*”. Organisasi benar-benar memperhatikan kepentingan publiknya. Lebih khusus, manajer senior mungkin mengubah pengetahuannya, bagaimana ia merasa, dan cara organisasi bertindak sebagai hasil komunikasi yang simetris. Dalam teori permainan, organisasi menerapkan : *positive sum game*: *both your organization and publics involved can win as a result of negotiations and compromise* (organisasi dan publik dapat sama-sama “menang” sebagai hasil negosiasi dan kompromi).<sup>6</sup>

##### 2. Aktivitas

Aktivitas adalah kegiatan atau kesibukan, sedangkan kegiatan adalah mengarahkan tenaga dan badan untuk mencapai suatu maksud dengan inisiatif. Menurut Soeganda Poerbakawata dalam bukunya Ensiklopedia Pendidikan menyatakan bahwa “aktivitas” adalah keaktifan yang berasal dari kata aktif yang berarti giat bekerja atau berusaha. Jadi

<sup>5</sup>Frank Jeffkins, *Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: Intermasa, 1992), h. 71-75

<sup>6</sup>Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta:encana, 2006), h. 296-297



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

aktivitas adalah suatu kegiatan atau usaha yang dilakukan seseorang dalam mengerjakan suatu pekerjaan.<sup>7</sup>

Menurut Mulyono, aktivitas artinya “kegiatan atau keaktifan”. Jadi segala sesuatu yang dilakukan atau kegiatan-kegiatan yang terjadi baik fisik maupun non-fisik, merupakan suatu aktivitas.<sup>8</sup> Menurut Nasution, aktivitas adalah keaktifan jasmani dan rohani dan keduanya harus dihubungkan.<sup>9</sup> Menurut Zakiah Darajat, aktivitas adalah melakukan sesuatu dibawa ke arah perkembangan jasmani dan rohaninya.<sup>10</sup> Menurut Sriyono aktivitas adalah segala kegiatan yang dilaksanakan baik secara jasmani atau rohani.<sup>11</sup>

Dalam filsafat, aktivitas adalah suatu hubungan khusus manusia dengan dunia, suatu proses yang dalam perjalanannya manusia menghasilkan kembali dan mengalihwujudkan alam, karena ia membuat dirinya sendiri subyek aktivitas. Dalam psikologi, aktivitas adalah sebuah konsep yang mengandung arti fungsi individu dalam interaksinya dengan sekitarnya.<sup>12</sup>

Menurut Sadirman, A. M aktivitas merupakan hal penting dalam pembelajaran sebab, belajar pada prinsipnya merupakan perubahan tingkah laku.<sup>13</sup>

Untuk mengelompokkan aktivitas yang sedang berlangsung Sadirman, A. M membedakan aktivitas tersebut menjadi beberapa bagian yaitu:<sup>14</sup>

- a. *Visualactivities*, (mendengarkan uraian, percakapan, diskusi, musik, pidato).

<sup>7</sup>Poerdarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1981), h. 26

<sup>8</sup>M. Mulyono Anton, *Aktivitas Belajar*, (Bandung: Yrama, 2001), h. 26

<sup>9</sup>S. Nasution, *Didaktik Asas-Asas Mengajar*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), h. 89

<sup>10</sup>Zakiah Darajat, *Metodik Khusus Pengajaran Agama Islam*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), h. 138

<sup>11</sup>Ibid, h. 105

<sup>12</sup>Biker Pintar, “Pengertian dan Arti Aktivitas”, <http://hondacbmmodifikasi.com>, (Diakses Pada Tanggal 25 Juli 2019 Pukul 23.14 WIB)

<sup>13</sup>A.M.Sadirman, *Interaksi Dan Motivasi Belajar Dan Mengajar*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1996), h. 194

<sup>14</sup>Ibid, h. 99

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. *Oral activities*, (menyatakan, bertanya, mengeluarkan pendapat, memberi saran, merumuskan, wawancara, diskusi, interupsi).
- c. *Listening activities*, (mendengarkan uraian, percakapan, diskusi, musik, pidato).
- d. *Writing activities*, (menulis cerita, karangan, laporan, angket, menyalin).
- e. *Drawing activities*, (menggambar, membuat grafik, peta, diagram).
- f. *Motor activities*, (melakukan percobaan, membuat konstruksi, model, memperbaiki, berkebun, bermain, beternak).
- g. *Mental activities*, (menanggapi, mengingat, memecahkan soal, menganalisa, melihat hubungan, memutuskan).
- h. *Emotional activities*, (menaruh minat, bosan, gembira, bersemangat, berani, bergairah, tenang, gugup).

Dari beberapa definisi di atas dapat diambil kesimpulan bahwa aktivitas adalah melakukan sesuatu baik berhubungan dengan jasmani maupun rohani dalam interaksinya dengan sekitar.

### 3. Media Relation

#### a. Definisi Media Relations

Perkembangan teknologi dan pengaruhnya terhadap bentuk bentuk media massa memberikan pengaruh yang berarti bagi perusahaan. Liputan yang baik di media akan memberikan pencitraan yang baik pula bagi perusahaan, meningkatkan kepercayaan pelanggan dalam memakai produk perusahaan, dan akhirnya menumbuhkan minat pemodal untuk menginvestasikan modalnya bagi perusahaan. Aktifitas public relations inilah yang menjalin relasi dengan media dan mendapatkan kepercayaan dari liputan media.

Philip Lesly memberikan definisi media relations sebagai hubungan dengan media untuk melakukan publisitas atau merespon kepentingan media terhadap kepentingan organisasi.<sup>15</sup>

<sup>15</sup> Wahidin Saputra & Rulli Nasrullah, *Public Relations 2.0: Teori dan Praktik Public Relations di Era Cyber*, (Depok: Gramata Publishing, 2014), h. 129

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Yosal Iriantara mengartikan media relations merupakan bagian dari public relations eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan publik untuk mencapai tujuan organisasi.<sup>16</sup>

Hubungan pers (media relations) adalah usaha untuk mencari publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi perusahaan yang bersangkutan<sup>17</sup>. Media relations merupakan relasi yang dibangun dan dikembangkan dengan media untuk menjangkau publik guna meningkatkan pencitraan, kepercayaan, dan tercapainya tujuan-tujuan individu maupun organisasi/perusahaan.<sup>18</sup>

Media relations adalah sebuah usaha mencapai publikasi atau penyiaran maksimum atas suatu pesan atau informasi public relations dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.<sup>19</sup>

Media relations merupakan bagian dari public relations eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan publik untuk mencapai tujuan organisasi.<sup>20</sup>

Media relations adalah suatu kegiatan humas dengan maksud menyampaikan pesan komunikasi mengenai aktivitas yang bersifat kelembagaan, perusahaan atau instansi, produk, serta kegiatan yang sifatnya perlu dipublikasikan melalui kerja sama dengan media massa untuk menciptakan publisitas dan citra positif dimata masyarakat.<sup>21</sup>

<sup>16</sup> Ibid, h. 130

<sup>17</sup> Frank Jefkins, *Public Relations*, (Jakarta: Eerlangga, 2004), h. 92

<sup>18</sup> Ibid, h. 129

<sup>19</sup> Frank Jefkins, *Op.Cit*, h. 98

<sup>20</sup> Yosol Iriantara, *Media Relations: Konsep Pendekatan, Dan Praktik*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2005), h. 57

<sup>21</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Hubungan Masyarakat Dan Manajemen Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), h. 160



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam media relations, humas perlu membuat strategi relasi yang baik terhadap lawan bicaranya. Menurut Rumanti merupakan strategi atau cara profesional dalam membentuk relasi satu sama lain, singkatnya sebagai berikut:<sup>22</sup>

- a. Berani menunjukkan adanya perhatian atau interest.
- b. Memberi gambaran atau pandangan secara jelas.
- c. Mengurangi atau menghilangkan ketergantungan atau meminimalisasi ketergantungan.
- d. Membuka jalan agar mitra wicara mampu mengatasi masalahnya.
- e. Mitra wicara mengerti apa yang terbaik untuk dilaksanakan.

Menurut Nova terdapat beberapa hal penting yang perlu diketahui tentang manfaat media relations tersebut adalah sebagai berikut:<sup>23</sup>

- 1) Membangun pemahaman mengenai tugas dan tanggung jawab organisasi dan media massa.
- 2) Membangun kepercayaan timbal balik dengan prinsip saling menghormati dan menghargai serta kejujuran dan kepercayaan.
- 3) Penyampaian atau perolehan informasi yang akurat, jujur, dan mampu memberikan pencerahan bagi publik.

Oleh karena itu, media relations yang efektif digunakan humas sebagai jembatan untuk mendekati publik dengan berbagai informasi dan kebijakan lembaga atau perusahaan sebagai sarana memperoleh citra positif. Penyampaian yang disajikan dengan jujur, akurat serta 12 mampu meyakinkan publik dengan keberadaan perusahaan.

Menurut Iriantara Tampak bahwa pengertian media relations berdasarkan pada relasi antara individu atau organisasi atau perusahaan dengan media. Sehingga dapat disimpulkan pengertian media relations adalah relasi yang dibangun dan dikembangkan dengan media untuk

<sup>22</sup>Rumianti, Sr.Maria Assumpta, *Dasar-Dasar Public Relations Teori Dan Praktik*, Jakarta: PT. Grasindo, 2002), h. 46

<sup>23</sup>Nova Firsan, *Krisis Public Relations Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*, Bandung: Raja Grafindo Persada, 2011), h. 207

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menjangkau publik guna meningkatkan pencitraan, kepercayaan, dan tercapainya tujuan-tujuan individu maupun organisasi atau perusahaan. Dengan demikian, media relations menempati posisi penting dalam pekerjaan seorang *Public Relations* karena media massa menjadi gawang dan mengontrol informasi yang mengalir ke masyarakat dalam suatu sistem sosial.<sup>24</sup>

#### b. Fungsi Media Relations

Johnson & Johnson menegaskan bahwa media memiliki peran serta fungsi yang sangat penting bagi perusahaan, diantaranya:<sup>25</sup>

1. Pertama, fungsi *media relations* dapat meningkat citra perusahaan
2. Meningkatkan kepercayaan public terhadap produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.
3. Meningkatkan *point of selling* dari produk dan jasa
4. Membantu perusahaan keluar dari komunikasi krisis.

#### c. Tujuan Media Relations

Langkah yang diambil pada saat menentukan fungsi media relations, tentu diharapkan dapat sesuai dengan sasaran yang akan dicapai oleh public relations. Sasaran sebagai tujuan dari sikap atau tindakan yang diambil tanpa melahirkan masalah baru dari keputusan yang diambil. Menjalankan fungsi PR dengan menggunakan media relations sebagai strategi adalah keputusan yang tepat karena maju mundurnya perusahaan sangat bergantung dengan harmonisasi hubungan antara pers dengan perusahaan. Pada dasarnya, upaya membangun media relations bertujuan untuk:<sup>26</sup>

- 1) Menjaga netralitas dan objektivitas terhadap informasi atau data yang berkembang di media massa. Adanya hubungan baik dengan media, diharapkan dapat membantu dalam menginformasikan

<sup>24</sup>Yosal Iriantara, Op.Cit, h. 90

<sup>25</sup>Wahidin saputra & Rulli Nasrullah, *Public relations 2.0:Teori dan praktik public relations di era Cyber*, (Depok: Gramata Publishing, 2014), h. 134

<sup>26</sup>Dasrun Hidayat, *Media Public Relations: Pndkeatan Studi Kasus Cyber Publik Relations Sebagai Metode Kerja PR Digital*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), h. 78-79

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berita yang wajar, berimbang dan menguntungkan perusahaan atau organisasi yang terkait.

- 2) Mendapatkan sarana yang tepat untuk kepentingan publikasi seluas mungkin tentang kegiatan serta kebijakan yang diambil perusahaan yang dianggap baik untuk diketahui publik.
- 3) Tidak dipungkiri, hadirnya hubungan media yang baik akan melahirkan umpanbalik dan respons dari publik sebagai data rujukan atau landasan dalam melakukan evaluasi terhadap kegiatan organisasi atau perusahaan.
- 4) Selanjutnya tujuan hubungan dengan media untuk menumbuhkan kepercayaan sehingga dapat melahirkan hubungan yang baik secara berkesinambungan antara perusahaan dan pers.

#### d. Prinsip Kerja Media Relations

Kegiatan media relations akan membawa efek yang besar apabila dilakukan dengan menggunakan prinsip kerja yang tepat. menurut Frank Jefkins, beberapa hal yang harus diperhatikan praktisi atau institusi PR dalam menjalankan media relations yang baik adalah:<sup>27</sup>

- a. Melayani dan memahami media setiap saat

Memahami dan melayani media ini dapat dilakukan dengan cara memahami siapa dan bagaimana media massa itu. Salah satu cara yang dilakukan dalam memahami media adalah mengerti bagaimana *mediascape* dari media massa tersebut. *Mediascape* merupakan singkatan dari media dan landscape. Secara harfiah landscape adalah gambaran yang mempresentasikan pandangan atas pemandangan alam yang meliputi daratan, lembah, gunung, hutan, air. Tetapi istilah ini kemudian berkembang. Dalam ilmu sosial, istilah ini kemudian digunakan untuk menunjukkan sisi yang menonjol dari suatu fenomena yang terjadi di masyarakat.

<sup>27</sup>Rini Darmastuti, *Media Relations: Konsep, Strategi, Aplikasi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), h. 45-47



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Begitu juga yang terjadi dengan media massa. Ada media yang sangat menonjol dan sangat kuat sehingga membawa pengaruh yang besar dalam kehidupan masyarakat. Tetapi sebaliknya, ada media massa yang biasa saja, bahkan tidak menonjol sama sekali sehingga tidak membawa pengaruh dalam kehidupan masyarakat. Inilah yang disebut dengan *mediascape*.

Cara lain yang dapat digunakan untuk memahami media massa adalah dengan memahami bagaimana cara kerja media tersebut serta siapa kalayak dari media massa itu. Oleh karena itu, memahami media menjadi modal utama untuk melakukan kerja sama dengan media massa. Selain memahami media massa, seorang Public Relations juga harus melayani media. Maksudnya, seorang Public Relations menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh media massa dan selalu siap ketika media massa membutuhkan informasi itu

- b. Membangun reputasi sebagai organisasi yang dapat dipercaya media

Prinsip kerja yang kedua dari media relations adalah membangun reputasi sebagai organisasi yang dapat dipercaya media. Pada bagian ini, seorang public relations harus siap menyediakan dan memasok materi-materi yang akurat di mana saja dan kapan saja. Hanya dengan cara inilah seorang public relations akan dinilai sebagai suatu sumber informasi yang akurat dan dapat dipercaya oleh wartawan. Berdasarkan fakta diatas, komunikasi timbal balik yang saling menguntungkan akan lebih mudah diciptakan dan dipelihara.

- c. Menyediakan salinan informasi yang memadai dan akurat

Yang dimaksud dengan menyediakan salinan informasi yang memadai dan akurat adalah menyediakan reproduksi foto-foto yang baik dan menarik serta jelas. Pada era teknologi komunikasi saat ini, input langsung melalui komputer akan memudahkan pekerjaan wartawan dan pekerjaan media. Teknologi komunikasi

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang semakin maju ini memudahkan mereka untuk mengoreksi dan menyusun ulang dari suatu terbitan, seperti siaran berita atau news release. Perkembangan teknologi juga membantu dalam penyediaan salinan naskah dan foto-foto baik secara tepat waktu

#### d. Bekerja sama dalam penyediaan materi informasi

Sebagai contoh, seorang public relations dan wartawan dapat bekerja sama dalam mempersiapkan sebuah acara wawancara atau temu pers dengan tokoh-tokoh tertentu.

#### e. Menyediakan fasilitas verifikasi

Praktisi Public Relations juga perlu memberi kesempatan kepada jurnalis melakukan verifikasi (membuktikan kebenaran) atas setiap materi yang mereka terima. Contoh dalam hal nyata, para jurnalis itu diijinkan untuk menengok fasilitas atau kondisikondisi organisasi yang hendak diberitakan.

#### f. Membangun hubungan personal yang kokoh dengan media

Suatu hubungan personal yang kokoh dan positif hanya akan tercipta serta terpelihara apabila dilandasi oleh keterbukaan,

### 4. Promosi

#### a. Definisi Promosi

Menurut Hasan, promosi adalah fungsi pemasaran yang fokus untuk mengkomunikasikan program-program pemasaran secara persuasif kepada target pelanggan-calon pelanggan (*audience*) untuk mendorong terciptanya transaksi pertukaran antara perusahaan dan *audience*.<sup>28</sup>

Menurut Saladin, promosi adalah suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang sebelumnya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut.<sup>29</sup>

<sup>28</sup>Ali Hasan, *Marketing*, (Yogyakarta: Media Presindo, 2010), h. 10

<sup>29</sup>Djaslim Saladin, *Unsur-Unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Mandar Manju, 1991), h. 66

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Fandy Tjiptono, pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.<sup>30</sup>

Menurut Stanson, promosi adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, penjualan personal, dan alat promosi yang lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan. Sedangkan menurut Lamb, Hair, Mc-Daniel, promosi adalah komunikasi dari para penjual yang menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan para calon pembeli suatu produk dalam rangka mempengaruhi pendapat mereka atau memperoleh suatu respon.<sup>31</sup>

Menurut Kotler, Promosi merupakan salah satu variabel bauran pemasaran (marketing mix) yang digunakan perusahaan berkomunikasi dengan pasarnya, pelanggan atau calon pembeli supaya dapat memberi informasi serta mempengaruhi pasar bagi produk/ jasa yang ditawarkan perusahaan, dengan harapan agar permintaan produk/ jasa tersebut meningkat terus-menerus dan berkelanjutan. Bauran Promosi merupakan alat promosi yang terdiri dari Periklanan, Promosi penjualan, Public Relations (Humas), Publisitas, Wiraniaga dan Pemasaran langsung. Dengan demikian, Humas berperan sebagai salah satu dari unsur bauran pemasaran (marketing mix) dalam memasarkan produk perusahaan.

Dari beberapa pengertian tersebut, sebagai suatu istilah penawaran, promosi adalah upaya perusahaan mempengaruhi para pelanggan atau konsumen agar mau menggunakan produk ataupun jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Promosi meliputi unsur-unsur

<sup>30</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran, edisi ke-2*, (Yogyakarta: Andi, 2001), h. 219

<sup>31</sup>Muhammad Jaiz, *Dasar-Dasar Periklanan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), h. 43



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pemberian informasi dan pengaruh terhadap perilaku pelanggan. Bisa juga diartikan bahwa promosi sebagai suatu upaya produsen untuk berkomunikasi dengan para pelanggan guna mempengaruhi pelanggan agar membawa kepada tindakan yang diinginkan perusahaan yaitu mempunyai konsumen.

Promosi merupakan kegiatan Marketing Mix yang terakhir. Dalam kegiatan inisiatif bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Promosi adalah kegiatan menawarkan.<sup>32</sup>

Banyak bentuk promosi yang sudah berkembang sejak lama namun dalam perspektif penjualan promosi berarti kegiatan yang dilakukan secara agresif untuk mempengaruhi pelanggan agar setidaknya efisiensi dan investasi yang ditanam sebanding dengan jumlah pengembalian investasi dan waktu yang lebih cepat. Sehingga orientasi kegiatan perdagangan lebih kepada tuntutan kebutuhan pasar dan daya beli pasar.

Promosi digunakan untuk memberi informasi kepada orang-orang tentang produk dan mempersuasi pembeli atau target pasar, saluran distribusi dan publik untuk membeli mereknya.<sup>33</sup>

#### b. Fungsi Promosi

Menurut Terence A. Shimp promosi memiliki lima fungsi yang sangat penting bagi suatu perusahaan/lembaga. Kelima fungsi tersebut dijabarkan sebagai berikut:<sup>34</sup>

##### 1. Informing (Memberikan Informasi)

Promosi membuat konsumen sadar akan produk-produk baru, mendidik mereka tentang berbagai fitur dan manfaat merek, serta memfasilitasi penciptaan citra sebuah perusahaan yang

<sup>32</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: PT. Kencana, 2004), h. 176

<sup>33</sup>C.M Lingga purnama, *Strategic Marketing Plan: Panduan Lengkap Dan Praktis Menyusun Rencana Pemasaran Yang Strategis Dan Efektif*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001), h. 150

<sup>34</sup>Terence A. Shimp, *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta: Erlangga, 2000), h. 7

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menghasilkan produk atau jasa. Promosi menampilkan peran informasi bernilai lainnya, baik untuk merek yang diiklankan maupun konsumennya, dengan mengajarkan manfaat-manfaat baru dari merek yang telah ada.

#### 2. Persuading (Membujuk)

Media promosi atau iklan yang baik akan mampu mempersuasi pelanggan untuk mencoba produk dan jasa yang ditawarkan. Terkadang persuasi berbentuk mempengaruhi permintaan primer, yakni menciptakan permintaan bagi keseluruhan kategori produk. Lebih sering, promosi berupaya untuk membangun permintaan sekunder, permintaan bagi merek perusahaan yang spesifik.

#### 3. Reminding (Mengingat)

Iklan menjaga agar merek perusahaan tetap segar dalam ingatan para konsumen. Saat kebutuhan muncul, yang berhubungan dengan produk dan jasa yang diiklankan, dampak promosi di masa lalu memungkinkan merek pengiklan hadir di benak konsumen. Periklanan lebih jauh didemonstrasikan untuk mempengaruhi pengalihan merek dengan mengingatkan para konsumen yang akhir-akhir ini belum membeli merek yang tersedia dan mengandung atribut-atribut yang menguntungkan.

#### c. Tujuan Promosi

Menurut Tjiptono tujuan promosi diantaranya adalah :

1. Menumbuhkan persepsi pelanggan terhadap suatu kebutuhan (*category need*).
2. Memperkenalkan dan memberikan pemahaman tentang suatu produk kepada konsumen (*brand awareness*),
3. Mendorong pemilihan terhadap suatu produk (*brand attitude*).
4. Membujuk pelanggan untuk membeli suatu produk (*brand purchase intention*).

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Mengimbangi kelemahan unsur bauran pemasaran lain (*purchase facilitation*).
6. Menanamkan citra produk dan perusahaan (*positioning*).<sup>35</sup>

Menurut Dewanti tujuan dari promosi yang biasa dilakukan oleh beberapa perusahaan, dalam mendukung penjualan, diantaranya:<sup>36</sup>

1. Informasi; memberitahukan kepada pelanggan mengenai suatu produk dan menunjukkan keunggulan produk dibanding pesaingnya.
2. Membujuk; Membujuk sikap pelanggan untuk mau membeli dan seterusnya melakukan pembelian kembali terhadap produknya.
3. Pengingat; Mengingatkan kepada pelanggan tentang kepuasan yang telah diperoleh dari produk yang pernah dipilih dan dibelinya.

Hal ini sesuai dengan pendapat, tujuan promosi secara sederhana bisa dipersempit menjadi tiga jenis tujuan:<sup>37</sup>

1. Memberikan informasi pelanggan tentang produk atau fitur baru seperti menciptakan kebutuhan,
2. mempengaruhi pelanggan untuk membeli merek orang lain
3. Mengingatkan pelanggan tentang merek, yang termasuk memperkuat penetapan ancangan merek

Selain itu dalam menurut Jaiz, Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Dalam praktiknya promosi dapat dilakukan berdasarkan pada tujuan-tujuan sebagai berikut:<sup>38</sup>

<sup>35</sup>Fandi Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi, 2000), h. 222

<sup>36</sup>Retno Dewanti, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2008), h. 146

<sup>37</sup>T.h. Sun Goh, *Marketing Wist, Pendekatan Inkonfesional Terhadap Strategi Pemasaran Asia*, (Jakarta: Grmedia, 2003), h. 138

<sup>38</sup>Muhammad Jaiz, *Op.Cit*, h. 50-41



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### 1. Modifikasi tingkah laku

Promosi berusaha untuk merubah tingkah laku dan pendapatan serta memperkuat tingkah laku yang ada. Penjualan (sebagai sumber) selalu menciptakan kesan baik tentang dirinya (promosi kelembagaan) atau mendorong pembelian dan jasa perusahaan.

#### 2. Memberitahu

Kegiatan promosi itu dapat ditujukan untuk memberitahu pasar yang dituju tentang penawaran perusahaan. Promosi yang bersifat informative ini penting bagi konsumen karena dapat membantu dalam pengambilan keputusan untuk membeli.

#### 3. Membujuk

Promosi yang bersifat membujuk diarahkan untuk mendorong pembelian. Perusahaan tidak ingin memperoleh tanggapan secepatnya tetapi lebih mengutamakan untuk menciptakan kesan positif. Hal ini dimaksudkan agar dapat memberi pengaruh dalam waktu yang lama terhadap perilaku pembeli.

#### 4. Mengingat

Promosi dilakukan terutama untuk mempertahankan merek produk dihati masyarakat. Ini berarti perusahaan juga berusaha untuk mempertahankan pembeli yang ada.

#### Kajian Terdahulu

Kajian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini, penulis akan memaparkan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti tentang Aktivitas Media Relations Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Sawahlunto Dalam Mempromosikan Berbagai Tempat Wisata Kota Sawahlunto Sumatera Barat:

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Nama peneliti

T.E.Ardhoyo.( 2013)

Judul : Peran dan strategi humas (*public relations*) dalam mempromosikan produk perusahaan

Hasil Penelitian : Peran dan strategi humas (*public relations*) dalam mempromosikan produk perusahaan Strategi Humas efektif dalam mempromosikan produk perusahaan melalui kegiatan-kegiatan antara lain: publisitas, pameran, sponsorship dan lain sebagainya.

Perbedaan : Penelitian yang dilakukan oleh T.E.Ardhoyo pada tahun 2013 meneliti khusus tentang produk perusahaan melalui beberapa media yang berbeda dengan penulis yaitu meneliti tentang aktivitas media relations mengenai kegiatan perusahaan.

2. Nama Peneliti

Syifa Maria.(2013)

Judul Penelitian : Aktivitas media relations dalam membentuk citra positif rumah sakit Syafira Kota Pekanbaru

Hasil Penelitian : Aktivitas media relations dalam membentuk citra positif rumah sakit Syafira Kota Pekanbaru dalam hal ini memfokuskan medianya untuk sebagai sarana jasa pelayanan.

Perbedaan : Penelitian yang dilakukan Syifa Maria pada tahun 2013 meneliti media relations tentang jasa pelayanan yang berbeda dengan penulis yaitu meneliti tentang aktivitas media relations wisata.

3. Nama peneliti

Pudji utomo

Judul Penelitian : Strategi public relations dalam pelayanan informasi

Hasil Penelitian : Peneliti ini memfokuskan penelitiannya pada strategi *public relations* dalam pelayanan adalah melakukan komunikasi, baik yang ditujukan kepada internal maupun eksternal organisasi/lembaga.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Perbedaan : Penelitian yang dilakukan oleh Pudji utomo meneliti dalam pelayanan komunikasi dengan internal dan eksternal suatu organisasi atau lembaga.yang berbeda dengan penulis yaitu meneliti media demi menciptakan promosi untuk pihak internal dan eksternal

#### Kerangka Pikir

Menjalankan aktivitas media relations ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui cara mempromosikan tempat-tempat wisata di kota Sawahlunto. Diharapkan dengan adanya promosi ini masyarakat Kota Sawahlunto terkhususnya untuk provinsi Sumatra Barat mengetahui sejarah dan tempat wisata di Kota ini.

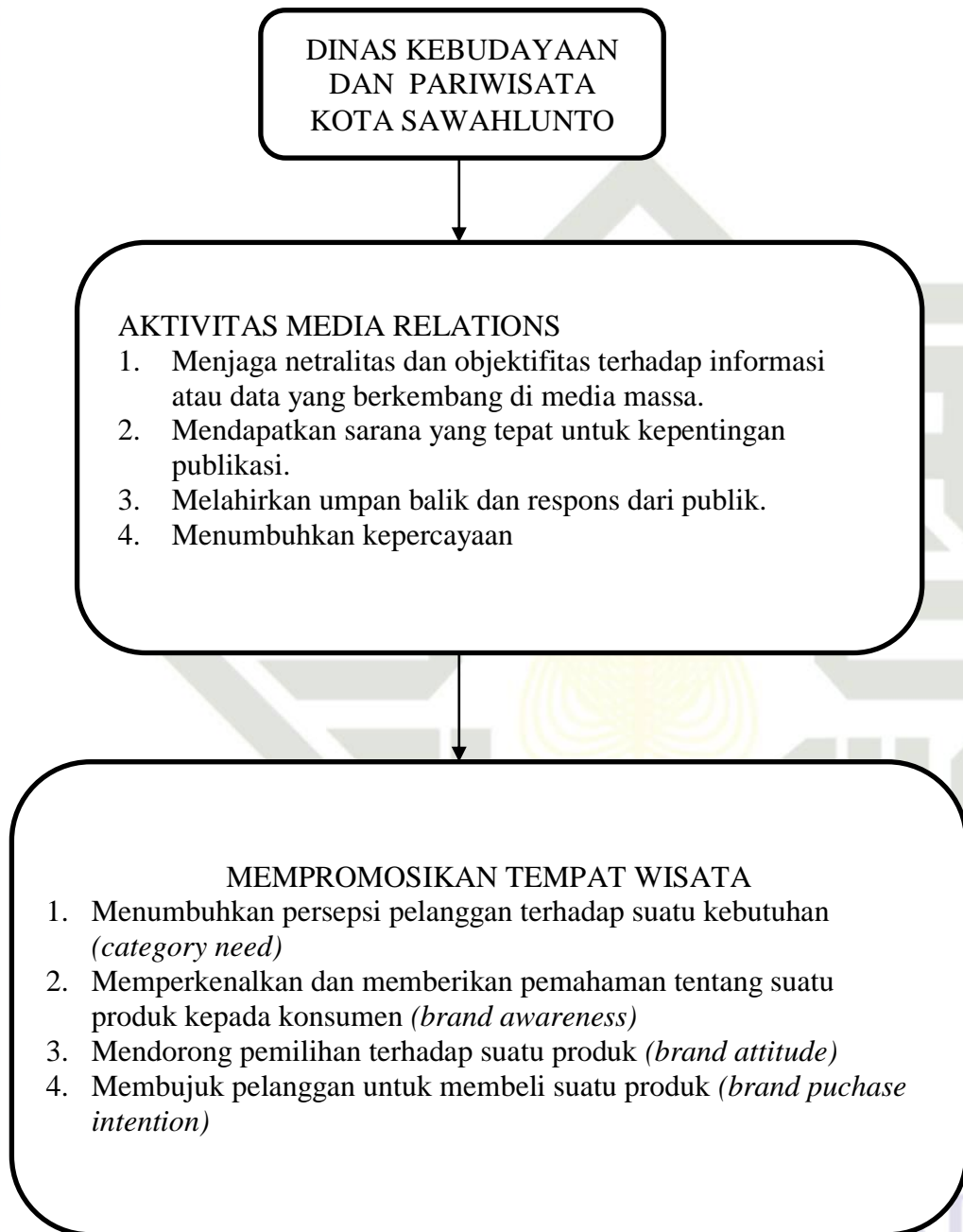
Cara yang digunakan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Sawahlunto untuk mempromosikan tempat-tempat wisata dengan menggunakan aktivitas media relations, cara-cara yang dilakukan adalah : 1) Menjaga netralitas dan objektifitas terhadap informasi atau data yang berkembang di media massa. Adanya hubungan baik dengan media, diharapkan dapat membantu dalam menginformasikan berita yang wajar, berimbang dan menguntungkan perusahaan atau organisasi yang baik. 2) Mendapatkan sarana yang tepat untuk kepentingan publikasi seluas mungkin tentang kegiatan serta kebijakan yang diambil perusahaan yang dianggap baik untuk diketahui publik. 3) Melahirkan umpan balik dan respons dari publik sebagai data rujukan atau landasan dalam melaksanakan evaluasi terhadap kegiatan organisasi atau perusahaan. 4) Menumbuhkan kepercayaan sehingga dapat melahirkan hubungan yang baik serta berkesinambungan antara perusahaan atau pers.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pikir Penelitian**



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### A Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif yang data-datanya berupa kata-kata (bukan angka-angka) yang berasal dari wawancara, catatan laporan, dokumen dan lain-lain. bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling bahkan populasi atau sampling sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lain. Disini yang lebih ditekankan kedalam (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data.

Penelitian deskriptif merupakan penelitian terhadap fenomena atau populasi tertentu yang diperoleh peneliti dari subyek berupa individu, organisasi, industri atau prespektif yang lain. Pada umumnya penelitian deksriptif ini tidak membutuhkan hipotesis, sehingga dalam penelitiannya tidak perlu merumuskan hipotesis.<sup>39</sup>

### B Lokasi dan Waktu Penelitian

Mengingat penelitian ini merupakan penelitian lapangan, penelitian ini dilakukan di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Sawahlunto Jl. Kebun Jati No.1 Kelurahan Saringan. Waktu penelitian dimulai pada bulan September 2018 – Desember 2018.

### C Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah humas Kota Sawahlunto. Sementara objek dalam penelitian ini adalah Aktivitas media relations Dinas kebudayaan dan pariwisata Kota Sawahlunto dalam mempromosikan tempat-tempat wisata.

---

<sup>39</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), h. 208

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### Sumber Data

Sumber data sangat ditentukan oleh metodologi. Riset kualitatif adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini sumber data digunakan adalah :

1. Data Primer, dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh berdasarkan observasi dan wawancara.
2. Data Sekunder, data sekunder penulis berbentuk dokumentasi dan laporan-laporan guna untuk mengetahui secara detail atau mendalam.<sup>40</sup>

### Informan Penelitian

Informan adalah seseorang atau anggota kelompok diriset yang diharapkan mempunyai informasi penting.<sup>41</sup> Informan terbagi atas dua kategori yaitu :

- a. Informan key

Dalam penelitian ini informan utama (*key*) penulis terdiri humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Sawahlunto dan staf humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Sawahlunto.

- b. Informan sekunder

Dalam penelitian ini informan sekunder atau pendukung bersumber dari dokumentasi yang ada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Sawahlunto berupa gambaran umum, visi dan misi, program kerja dan data pelengkap lainnya.

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan. Teknik pengumpulan data adalah strategi atau cara yang dilakukan peneliti guna mengumpulkan data-data yang valid dari responden serta bagaimana peneliti

<sup>40</sup>Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), h. 96

<sup>41</sup>Ibid, h. 96



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menentukan metode yang tepat untuk memperoleh data kemudian mengambil kesimpulan.

Adapun teknik yang digunakan mengumpulkan data dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara (*interview*) adalah pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara (pengumpul data) kepada responden, dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam dengan alat perekam (*tape recorder*).

2. Observasi

Metode ini biasanya diartikan sebagai bentuk pengamatan dan pencatatan secara sistematis, tentang fenomena-fenomena lapangan yang diselidiki, baik secara langsung maupun tidak langsung. Metode ini peneliti gunakan untuk obyek yang diteliti.

Ada beberapa jenis teknik observasi yang bisa digunakan tergantung keadaan dan permasalahan yang ada. Teknik-teknik tersebut adalah :

- a. Observasi partisipan, dalam hal ini peneliti terlibat langsung dan ikut serta dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh subyek yang diamati.
- b. Observasi non partisipan, pada teknik ini peneliti berada di luar subyek yang diamati dan tidak ikut dalam kegiatan-kegiatan yang mereka lakukan.<sup>42</sup>

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan mempelajari data-data yang telah didokumentasikan. Dari asal katanya, dokumentasi, yakni dokumen, berarti barang-barang tertulis.

<sup>42</sup>Rumidi Sukandar, *Metodologi Penelitian Petunjuk praktik Untuk Peneliti Pemula*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2004), h. 71-72

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### Validitas Data

Validitas data membuktikan bahwa apa yang diamati oleh peneliti sesuai dengan kenyataan dan apakah penjelasan yang diberikan sesuai dengan yang sebenarnya ada dan terjadi. Validitas data disebut juga keabsahan data sehingga instrument atau alat ukur yang digunakan akurat dan dapat dipercaya.

Dalam mendapatkan tingkat kepercayaan atau kebenaran hasil penelitian, ada berbagai cara yang dapat dilakukan salah satunya triangulasi, triangulasi bertujuan untuk mengecek data kebenaran data tertentu dengan membandingkan data yang diperoleh dari sumber lain, antara hasil dua peneliti atau lebih serta dengan membandingkan dengan menggunakan teknik yang berbeda misalnya observasi, wawancara dan dokumentasi.<sup>43</sup>

Menurut Maleong, Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan pengecekan sumber lain untuk pembandingan, yaitu dengan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori dalam penelitian secara kualitatif. Artinya teknik triangulasi adalah sebagai upaya untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks pengumpulan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan, dengan kata lain bahwa peneliti dapat melakukan *check* dan *recheck* temunya dengan cara membandingkan.<sup>44</sup>

Adapun macam-macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan :

#### 1. Sumber

Sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif, hal itu dapat dicapai dengan membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara dan dokumentasi.

<sup>43</sup>Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), h. 106

<sup>44</sup>Lexy J. Maleong, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), h. 11

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### 2. Metode

Metode yaitu mengecek derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data dan mengecek derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.

#### 3. Penyidik

Penyidik ialah dengan jalan memanfaatkan penelitian atau pengamatan lainnya untuk keperluan pengecekan kembali derajat kepercayaan data. Pengamatan kepercayaan lainnya membantu mengurangi kemelencengan dalam pengumpulan data.

#### 4. Teori

Teori menurut Lincoln dan Guba berdasarkan anggapan bahwa fakta tidak dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu atau lebih teori. Dipihak lain, Patton berpendapat lain yaitu bahwa hal itu dapat dilaksanakan dan hal itu dinamakannya penjelasan banding.

Dalam penelitian ini untuk menguji validitas data akan menggunakan triangulasi metode, yaitu mengecek derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data dan mengecek derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama. Teknik ini digunakan agar tidak ada kesalahpahaman antara hasil wawancara dengan observasi dan dokumentasi yang didapat oleh peneliti.

#### **Teknik Analisis Data**

Untuk menganalisis data dalam penelitian ini penulis menggunakan Metode Analisis Deskriptif Kualitatif. Pendekatan deskriptif ini digunakan, karena dalam menganalisa data yang dikumpulkan, data tersebut berupa informasi dan uraian dalam bentuk prosa yang kemudian dikaitkan dengan data lainnya untuk mendapatkan kejelasan terhadap suatu kebenaran, data berupa penjelasan-penjelasan bukan dengan angka.

Setelah data terkumpul, kemudian dilaksanakan pengolahan data dengan metode kualitatif, setelah itu dianalisis secara kualitatif dilakukan



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan langkah-langkah sebagaimana dikemukakan oleh Lexy J. Moelong berikut:<sup>45</sup>

1. Klasifikasi data, yakni mengelompokkan data sesuai dengan topik-topik pembahasan.
2. Reduksi data, yaitu memeriksa kelengkapan data untuk mencari kembali data yang masih kurang dan mengesampingkan data yang kurang relevan.
3. Deskripsi data, yaitu menguraikan data secara sistematis sesuai dengan topik-topik pembahasan.
4. Menarik kesimpulan, yaitu merangkum uraian-uraian penjelasan ke dalam susunan yang singkat dan padat.

Berdasarkan langkah-langkah yang dilaksanakan dalam pengolahan data, maka analisis data yang dilaksanakan dalam penelitian ini adalah pengolahan data melalui analisis deskriptif kualitatif. Yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka serta di jelaskan dengan kalimat sehingga data yang diperoleh dapat dipahami maksud dan maknanya.

---

<sup>45</sup>Ibid, h. 26

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **BAB IV**

### **GAMBARAN UMUM**

#### **Sejarah Singkat**

Sejak dicanangkannya Visi Kota Sawahlunto “Kota Wisata Tambang yang Berbudaya tahun 2020” yang dituangkan dalam Peraturan Daerah Nomor 2 tahun 2002. Kota Sawahlunto mulai berbenah diri dengan mengarahkan pembangunan dibidang kepawisataan dalam upaya melanjutkan visi tersebut.

Sebagai salah satu unit kerja yang cukup berperan penting dalam menunjang pencapaian Visi Kota, maka sebagaimana tugas pokok Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kota Sawahlunto membantu Walikota merumuskan dan penentuan kebijakan dalam bidang kepariwisataan dan olahraga, maka untuk sebagai acuan dalam mewujudkan Visi tersebut berbagai program dan Kebijakan Pembangunan Kepariwisataannya tahun 5 (Lima) Tahun ke depan perlu dirumuskan melalui Rencana Strategis Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Tahun 2013-2018. Renstra ini merupakan revisi dengan melakukan penyesuaian terhadap RPJMD yang telah di revisi tahun 2016 yang sebelumnya juga telah menyesuaikan dengan Perda Nomor 14 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan susunan perangkat daerah dimana sebelumnya dengan dua kewenangan yaitu Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, maka terhitung 1 Januari 2017 disebut Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga dengan tiga kewenangan yang sesuai dengan Momenklatur Dinas.

#### **Landasan Hukum**

1. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional
2. Peraturan Daerah Kota Sawahlunto Nomor 19 Tahun 2010 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Dinas Daerah sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Daerah Kota Sawahlunto Nomor 5 Tahun 2011 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Sawahlunto Nomor 19 Tahun 2010 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Dinas Daerah.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Perda Nomor 14 Tahun 2016 Tentang Pembentukan dan susunan perangkat daerah.

#### Tugas Pokok dan Fungsi

Berikut adalah deskripsi pekerjaan berdasarkan struktur organisasi pada Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga sebagai berikut :

##### 1. Kepala Dinas

Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga dipimpin oleh Kepala Dinas, berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Walikota melalui Sekretaris Daerah, mempunyai tugas pokok yaitu

- a. Membantu Walikota dalam menyusun perencanaan, perumusan kebijakan daerah serta mengkoordinir program kerja di bidang kepariwisataan Pemuda dan Olahraga.
- b. Pembinaan institusi / kelembagaan lainnya dibidang kepariwisataan Pemuda dan Olahraga.
- c. Penyelenggaraan urusan ketatausahaan Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga.
- d. Penyampaian laporan secara rutin dan berkala Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga kepada Walikota melalui Sekretaris Daerah.
- e. Pelaksanaan tugas lainnya yang diberikan pimpinan sesuai dengan bidang tugasnya.

##### 2. Sekretaris

Sekretariat Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kota dipimpin oleh Sekretaris, berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas, mempunyai tugas pokok menyiapkan bahan koordinasi pengawasan dan memberi pelayanan administratif dan fungsional kepada semua unsur di lingkungan Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga.

Adapun Fungsi dari sekretaris ialah sebagai berikut :

- a. Pengkoordinasian dan pengelolaan urusan surat menyurat, kerumaha tanggaan, humas, protokol, urusan umum dan ketatalaksanaan.
- b. Pengkoordinasian pengelolaan perlengkapan dan prasarana kerja pada Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga serta yang meliputi



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perencanaan, pengadaan, pengawasan, pemeliharaan, pencatatan dan pelaporan.

- c. Pengkoordinasian dan pengelolaan kepegawaian dan ketenagakerjaan kepariwisataan Pemuda dan Olahraga.
- d. Pengkoordinasian dan pengelolaan urusan surat menyurat, kerumahaan, humas dan protocol, urusan umum dan ketatalaksanaan.
- e. Pengkoordinasian pengelolaan perlengkapan dan prasarana kerja pada Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga serta yang meliputi perencanaan, pengadaan, pengawasan, pemeliharaan, pencatatan dan pelaporan.
- f. Pengkoordinasian dan pengelolaan kepegawaian dan ketenagakerjaan kepariwisataan Pemuda dan Olahraga.
- g. Pengkoordinasian perizinan dibidang kepariwisataan Pemuda dan Olahraga.
- h. Pelaksanaan pengelolaan urusan keuangan, penyusunan anggaran, piñata usahaan, verifikasi, perhitungan anggaran dan perbandaharaan.
- i. Penyampaian laporan secara rutin dan berkala Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga kepada Walikota melalui Kepala Dinas.
- j. Pelaksanaan tugas lainnya yang diberikan pimpinan sesuai dengan bidangnya.

### 3. Sub Bagian Administrasi Umum dan Kepegawaian

Sub Bagian Administrasi Umum dan Kepegawaian dipimpin oleh Kepala Sub Bagian, berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Sekretaris, mempunyai tugas pokok melakukan urusan penatausahaan surat menyurat, kepegawaian, inventaris dan rumah tangga Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga. Sub Bagian Administrasi Umum mempunyai tugas dan fungsi yaitu Menyusun rencana, program kerja, dan anggaran Sub Bagian Adminstras Umum sebagai pedoman pelaksanaan tugas.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### **4. Sub Bagian Administrasi Keuangan dan Pelaporan**

Sub Bagian Administrasi Keuangan dan Pelaporan dipimpin oleh Sub Bagian berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Sekretaris, mempunyai tugas pokok membuat perumusan dan penyusunan rencana evaluasi serta pelaporan program bidang kepariwisataan, kepemudaan dan olahraga.

Sub Bagian Keuangan dan Pelaporan mempunyai fungsi :

- a. Penatausahaan Keuangan Dinas;
- b. Pengelolaan Data dan Informasi kepariwisataan;
- c. Penyusunan Draft Program Dinas;
- d. Penyiapan Draft Laporan Kegiatan Dinas;
- e. Pelaksanaan pembagian tugas kepada bawahan dalam pelaksanaan tugas sesuai ketentuan yang berlaku dengan memberi arahan sesuai bidang tugasnya;
- f. Pelaksanaan tugas lainnya yang diberikan pimpinan sesuai dengan bidang tugasnya;

#### **5. Bidang Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi**

Bidang Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi kreatif dipimpin oleh Kepala Bidang, berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas melalui Sekretaris, mempunyai tugas pokok Mempersiapkan Perumusan Kebijakan Teknis, Fasilitasi Koordinasi, Pemantauan dan Evaluasi Pengembangan Pemasaran Pariwisata, Kerjasama dan Iven Kepariwisataan serta Pembinaan Ekonomi Kreatif.

Untuk melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud diatas, Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi kreatif mempunyai fungsi :

- a. Perumusan kebijakan pengembangan pemasaran, kerjasama dan iven kepariwisataan serta ekonomi kreatif.
- b. Perumusan dan koordinasi strategi pemasaran, kerjasama dan iven kepariwisataan serta ekonomi kreatif.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Koordinasi dengan stakeholder dan lembaga pariwisata lainnya untuk pengembangan pemasaran kepariwisataan serta ekonomi kreatif.
- d. Pembagian tugas kepada bawahan dalam pelaksanaan tugas sesuai ketentuan yang berlaku dengan memberi arahan sesuai bidang tugasnya.
- e. Menyampaikan laporan secara rutin dan berkala kepada Kepala Dinas melalui Sekretaris.

#### 6. Seksi Pemasaran dan Kerjasama Pariwisata

Pemasaran dan Kerjasama Pariwisata dipimpin oleh Kepala Seksi Pemasaran dan Kerjasama, berada dibawah dan bertanggungjawab kepada Kepala Bidang, mempunyai tugas pokok melaksanakan pemasaran dan promosi kepariwisataan dan menjalin hubungan kerjasama pada pelaku usaha kepariwisataan dan ekonomi kreatif.

Untuk melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud ayat (1) diatas, Seksi Pemasaran dan Kerjasama Pariwisata mempunyai fungsi :

- a. Menyiapkan bahan koordinasi dengan stakeholder dengan lembaga pariwisata lainnya untuk pengembangan pemasaran kepariwisataan.
- b. Menyiapkan bahan-bahan strategis pemasaran kepariwisataan.
- c. Pengumpulan data sebagai bahan informasi pariwisata dan penyebarluasan informasi pariwisata.
- d. Pemberian layanan informasi kepariwisataan.
- e. Pelaksanaan kerjasama dengan pelaku usaha pariwisata baik dalam maupun luar negeri.
- f. Pemberian tugas kepada bawahan dalam pelaksanaan tugas berdasarkan ketentuan yang berlaku dengan member arahan sesuai bidang tugasnya.
- g. Penyampaian laporan secara rutin dan berkala kepada Kepala Bidang



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **7. Seksi Ekonomi Kreatif dan Kegiatan Kepariwisata**

Seksi Ekonomi Kreatif dan Kegiatan Kepariwisata dipimpin oleh Kepala Seksi, berada dibawah dan bertanggungjawab kepada Kepala Bidang, mempunyai tugas pokok melakukan pemasaran dan pembinaan kepada pelaku usaha ekonomi kreatif yang berkaitan dengan kepariwisataan dan melaksanakan event kepariwisataan yang sekaligus menunjang pelaku usaha ekonomi kreatif.

Untuk melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud diatas, Seksi Ekonomi Kreatif dan Kegiatan Kepariwisata mempunyai fungsi :

- a. Penyiapan data, adminitrasi serta membina ekonomi kreatif.
- b. Pengkoordinasian persiapan dan pelaksanaan Iven Kepariwisata dengan pihak lainnya.
- c. Perencanaan data pelaksanaan iven kepariwisataan yang dapat menunjang tumbuh dan berkembangnya ekonomi kreatif dibidang kepariwisataan.
- d. Pemberian tugas kepada bawahan dalam pelaksanaan tugas berdasarkan ketentuan yang berlaku dengan memberi arahan sesuai bidang tugasnya.
- e. Penyampaian laporan secara rutin dan berkala kepada Kepala Bidang.

## **8. Bidang Destinasi dan Industri Pariwisata**

Bidang Destinasi dan Industri pariwisata dipimpin oleh Kepala Bidang, berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas melalui Sekretaris, mempunyai tugas pokok melakukan perencanaan, penyusunan program dan pengembangan pengelolaan destinasi dan industri pariwisata.

Untuk melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud diatas, Bidang Pengelolaan Objek Wisata mempunyai fungsi :

- a. Perumusan perencanaan dan program pengembangan destinasi dan industry pariwisata.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Koordinasi pembangunan dan pengembangan Destinasi dan Industri pariwisata dengan seluruh stakeholder pariwisata.
- c. Perumusan kebijakan pemerintah daerah di bidang pengelolaan destinasi dan daya tarik wisata.
- d. Koordinasi dan kerjasama dalam pengelolaan destinasi dan pengembangan sumber daya kepariwisataan dengan dinas / instansi terkait maupun pihak lainnya.
- e. Penyampaian laporan secara rutin dan berkala kepada Kepala Dinas melalui Sekretaris.
- f. Pembagian tugas kepada bawahan dalam pelaksanaan tugas sesuai ketentuan yang berlaku dengan memberi arahan sesuai bidang tugasnya.

**9. Seksi Destinasi dan Atraksi Pariwisata**

Seksi Destinasi dan Atraksi Pariwisata dipimpin oleh Kepala Seksi, berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Bidang, mempunyai tugas pokok melakukan urusan Destinasi dan Atraksi Pariwisata.

Untuk melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud diatas, Seksi Destinasi dan Atraksi Pariwisata mempunyai fungsi :

- a. Pelaksanaan pengendalian terhadap pengelolaan destinasi dan atraksi pariwisata.
- b. Pelaksanaan pemeliharaan objek pariwisata.
- c. Pelaksanaan kerjasama dalam pengelolaan dan pembinaan destinasi serta atraksi pariwisata dengan dinas / instansi terkait maupun pihak lainnya.
- d. Membagi tugas kepada bawahan dalam pelaksanaan tugas sesuai ketentuan yang berlaku dengan memberi arahan sesuai bidang tugasnya.
- e. Menyampaikan laporan secara rutin dan berkala kepada Kepala Bidang;

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **10. Seksi Bina Industri dan Sumber Daya Pariwisata**

Seksi Bina Industri dan Sumber daya pariwisata dipimpin oleh Kepala Seksi, berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Bidang, mempunyai tugas pokok melakukan penyelenggaraan urusan pembinaan dan pengawasan terhadap industri dan usaha pariwisata serta pembinaan terhadap sumber daya dibidang kepariwisataan.

Untuk melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud diatas Seksi Bina Industri dan Sumber daya pariwisata mempunyai fungsi :

- a. Pelaksanaan pembinaan dan pengawasan terhadap industri dan usaha pariwisata.
- b. Pelaksanaan pembinaan terhadap sumber daya dibidang kepariwisataan.
- c. Pelaksanaan sosialisasi tentang informasi di bidang kepariwisataan kepada masyarakat.
- d. Membagi tugas kepada bawahan dalam pelaksanaan tugas sesuai ketentuan yang berlaku dengan memberi arahan sesuai bidang tugasnya.
- e. Menyampaikan laporan secara rutin dan berkala kepada Kepala Bidang.

## **11. Bidang Kepemudaan dan Olahraga**

Bidang Kepemudaan dan Olahraga dipimpin oleh Kepala Bidang, berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas melalui Sekretaris, mempunyai tugas pokok perumusan kebijakan di bidang pemberdayaan pemuda.

Untuk melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud diatas Bidang Kepemudaan dan Olahraga mempunyai fungsi:

- a. Perumusan kebijakan di bidang pemberdayaan pemuda, pengembangan pemuda, dan infrastruktur kemitraan pemuda Pelaksanaan pembinaan terhadap sumber daya dibidang kepariwisataan.
- b. Koordinasi dan sinkronisasi pelaksanaan kebijakan dibidang pemberdayaan pemuda, pengembangan pemuda dan infrastruktur



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kemitraan pemuda Membagi tugas kepada bawahan dalam pelaksanaan tugas sesuai ketentuan yang berlaku dengan memberi arahan sesuai bidang tugasnya.

- c. Penyusunan norma, standar, prosedur dan criteria dibidang pemberdayaan pemuda, pengembangan pemuda dan infrastruktur kemitraan pemuda.
- d. Pemantauan, analisis, evaluasi dan pelaporan dibidang pemberdayaan pemuda, pengembangan pemuda dan infrastruktur kemitraan pemuda.
- e. Pemberian bimbingan teknis dan supervise dibidang pemberdayaan pemuda, pengembangan pemuda dan infrastruktur kemitraan pemuda;
- f. Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan dibidang pemberdayaan pemuda, pengembangan pemuda dan infrastruktur kemitraan pemuda.
- g. Pelaksanaan adminitrasi dibidang kepemudaan.

#### 12. Seksi Bina Kepemudaan

Seksi Bina Kepemudaan dipimpin oleh Kepala Seksi, berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Bidang, mempunyai tugas pokok penyiapan, koordinasi, dan penyusunan pembinaan kepemudaan.

Untuk melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud diatas Seksi Bina Kepemudaa nmempunyai fungsi:

- a. Penyiapan perumusan kebijakan fasilitasi dibidang bina pemuda.
- b. Penyiapan koordinasi dan sinkronisasi pelaksanaan dibidang bina pemuda.
- c. Penyusunan norma, standar, prosedur dan criteria dibidang pemberdayaan pemuda.
- d. Penyiapan pemberian bimbingan teknis dan supervise di bidang pembinaan pemuda.
- e. Pemantauan, analisis, evaluasi dan pelaksanaan kebijakan di bidang pembinaan pemuda.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 13. Seksi Bina Olahraga

Seksi Bina Olahraga dipimpin oleh Kepala Seksi, berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Bidang, mempunyai tugas pokok Penyiapan perumusan kebijakan, koordinasi, penyusunan dan pemberian teknis dibidang pembinaan olahraga.

Untuk melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud diatas Seksi Bina Olahraga mempunyai fungsi:

- a. Penyiapan perumusan kebijakan fasilitasi dibidang pembinaan olahraga.
- b. Penyiapan koordinasi dan sinkronisasi pelaksanaan dibidang pembinaan olahraga.
- c. Penyusunan norma, standar, prosedur dan criteria bidang pembinaan olahraga.
- d. Penyiapan pemberian bimbingan teknis dan seupervisi di bidang pembinaan olahraga.
- e. Pemantauan, analisis, evaluasi dan pelaksanaan kebijakan dibidang pembinaan olahraga.

#### D. Struktur Organisasi

Struktur organisasi dalam suatu perusahaan mempunyai peran yang sangat penting dalam usaha pencapaian tujuan perusahaan, untuk itulah maka struktur organisasi harus dirancang sesuai dengan tingkat kebutuhan dan keadaan perusahaan.

Dalam mengorganisir suatu kegiatan langkah pertama yang harus dilakukan oleh pimpinan perusahaan adalah menetapkan pekerjaan apa yang akan dilaksanakan agar pembagian tugas menjadi jelas, dan apa yang menjadi tujuan organisasi kelak dapat terpenuhi. Dengan adanya pembagian pekerjaan, maka setiap personil dari organisasi dapat melaksanakan tugasnya sesuai dengan yang telah digariskan tanpa adanya saling tumpang tindih. Organisasi merupakan kumpulan orang-orang dengan masing-masing tugas untuk dijalankan dalam suatu kerja yang telah ditentukan. Untuk itu setiap

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

unit yang ada dalam organisasi haruslah terkoordinir, dengan terjalannya suatu koordinasi yang baik diharapkan akan mampu membawa perusahaan kearah tujuan yang hendak dicapai.

Agar setiap tugas, tanggung jawab dan wewenang didalam suatu organisasi tersebut menjadi lebih jelas serta tidak kesimpangsiuran, maka fungsi-fungsi di dalam perusahaan harus ditetapkan, diatur, dan disusun di dalam suatu struktur organisasi dimana dengan adanya struktur organisasi tersebut maka wewenang, kedudukan serta tanggung jawab masing-masing jabatan dapat diketahui secara jelas. Struktur organisasi yang baik adalah yang bersifat dan sehat dimana tiap-tiap satuan di dalam organisasi dapat menjalankan peranannya dengan baik dan masing-masing sektor organisasi dapat mencapai perbandingan yang terbaiknya antara hasil usaha dan kerja.

Struktur Organisasi Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kota Sawahlunto adalah Sebagai Berikut :

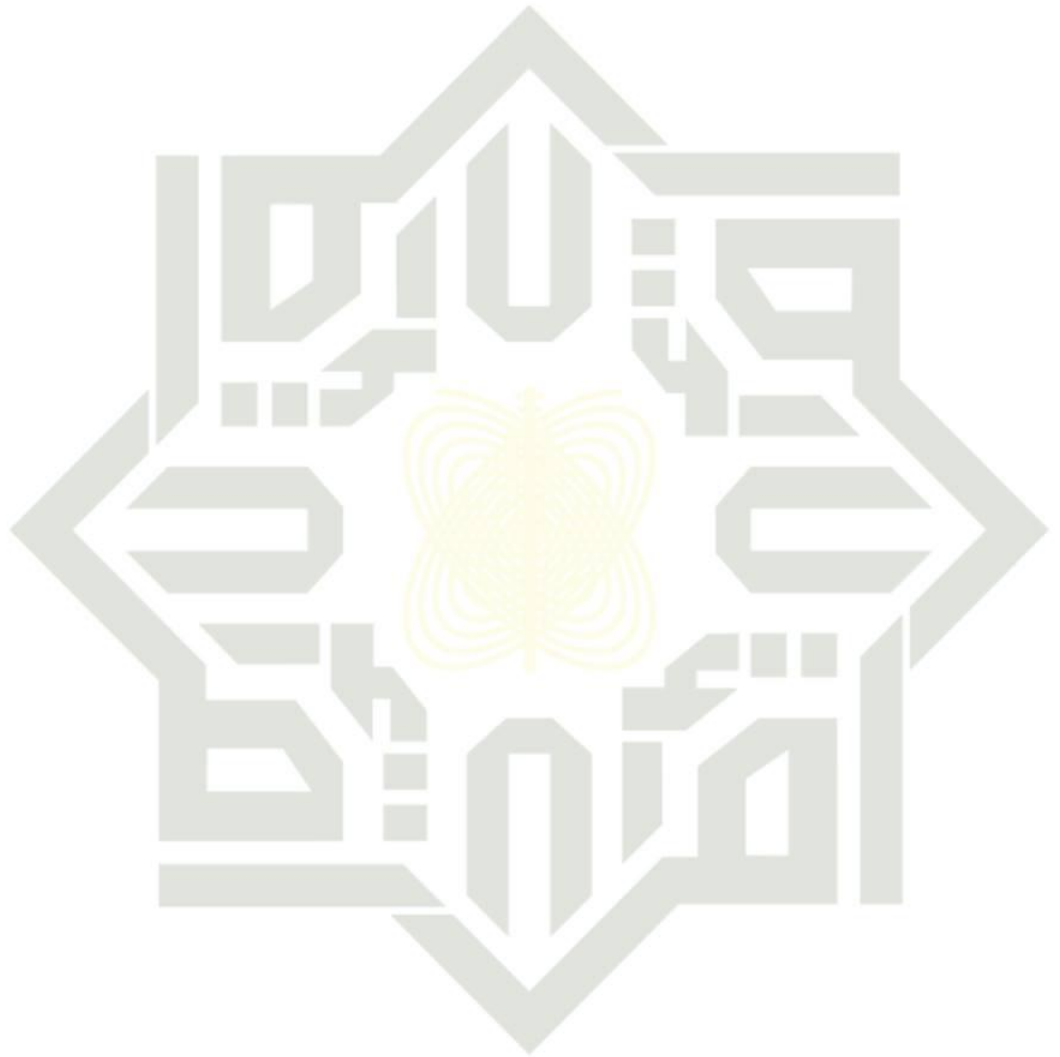
- a. Kepala Dinas, Eselon II.b : Efriyanto, S.Sos, MM
- b. Sekretaris Dinas, Eselon III.a : Yon Efni, S.Sos, MM
  - 1) Kepala Sub Bagian Umum dan Kepegawaian, Eselon IV.A : Darnelis, SH
  - 2) Kepala Sub Bagian Keuangan dan Pelaporan, Eselon IV. A : Asnidar
- c. Kepala Bidang Destinasi dan Industri Pariwisata, Eselon III.b : Def Afrianto, ST
  - 1) Kepala Seksi Destinasi dan Atrksi Pariwisata, Eselon IV.a : Benny Deswin , SE
  - 2) Kepala Seksi Bina Industri dan Sumber Daya Pariwisata, Eselon IV.a : Dewi Wulansari ,SH
- d. Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Eselon III.b : Soniwan Agusta, ST, M.Par
  - 1) Kepala Seksi Pemasaran dan Kerjasama Pariwisata, Eselon IV.a : Riza Anggraini, ST, M.Par



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Kepala Ekonomi Kreatif dan Kegiatan Kepariwisata, Eselon IV.a :  
Syukri, S.Sn
- e. Kepala Bidang Pemuda dan Olahraga, Eselon III.b : Syaiful Adli, S.Pd
  - 1) Kepala Seksi Bina Kepemudaan, Eselon IV. a : Harun Sanip, S.Pd
  - 2) Kepala Seksi Bina Olahraga, Eselon IV.a : Muldayuri, S.Pd



UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti paparkan pada Bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Aktivitas Media Relations Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Dalam Mempromosikan Tempat-Tempat Wisata di Kota Sawahlunto Sumatera Barat yaitu : *Pertama*, Menjaga netralitas dan objektivitas terhadap informasi atau data yang berkembang di media massa. *Kedua*, Mendapatkan sarana yang tepat untuk kepentingan publikasi. *Ketiga*, Melahirkan umpan balik dan respon dari publik. *Keempat*, Menumbuhkan kepercayaan media dan publik.

Aktivitas Humas dalam menjaga netralitas dan objektivitas terhadap informasi atau data yang berkembang di media massa yakni memanfaatkan dan bekerjasama dengan media cetak, media sosial/online dan media elektronik untuk menjaring tourists-tourists asing, memperkenalkan adat tradisi Sawahlunto kepada wisatawan-wisatawan asing, memperbarui dan menginovasi wisata-wisata yang ada di Sawahlunto, berkomitmen dengan Pemerintah Daerah (Pemda) Sawahlunto untuk membangun wisata-wisata yang ada di Sawahlunto, selalu memperbaiki kualitas pelayanan serta mendukung proses penyebaran informasi dalam menumbuhkembangkan potensi masyarakat.

Sarana yang paling tepat dan yang lebih sering digunakan oleh Humas untuk publikasi yaitu media elektronik dan media sosial. Hal ini dikarenakan media elektronik dan media sosial merupakan media yang kooperatif untuk digunakan dalam pelaksanaan media relations. Media ini memiliki peran yang sangat besar dalam mempromosikan tempat-tempat wisata di Kota Sawahlunto Sumatera Barat. Dengan menggunakan media tersebut pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Sawahlunto dapat menjaring wisatawan asing untuk berkunjung ke tempat-tempat wisata yang ada di Kota Sawahlunto.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Untuk memperoleh respon yang baik oleh wisatawan, pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Sawahlunto Sumatera Barat selalu melakukan evaluasi, tidak hanya dalam sektor wisata melainkan pada kegiatan apapun yang sedang dijalani. Humas juga menyediakan tempat untuk menampung respon atau tanggapan masyarakat melalui telpon selular, media sosial dan media digital.

Hal yang dilakukan oleh Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Sawahlunto untuk menumbuhkan kepercayaan kepada media yaitu memberikan apresiasi ke media-media yang sudah bekerja sama dengan pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Sawahlunto dengan cara memberikan penghargaan atau mengadakan media *awards*. Selain itu pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Sawahlunto juga berlangganan koran setiap harinya dengan media-media yang bekerja sama dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Sawahlunto Sumatera Barat. Sedangkan untuk menumbuhkan kepercayaan dengan para wisatawan terkait pelayanan pengunjung objek wisata di Sawahlunto, pertama yang dilakukan oleh Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Sawahlunto yaitu memberikan pelayanan informasi, lalu membuat medan *tour guide*. Dengan begitu wisatawan dapat lebih mudah mengetahui kemana arah yang akan dituju.

#### Saran

Adapun saran yang dapat peneliti berikan kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Sawahlunto Sumatera Barat dan peneliti lainnya yakni sebagai berikut :

1. Peneliti mengharapkan agar pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Sawahlunto Sumatera Barat dapat memaksimalkan aktivitas media relations dalam mempromosikan tempat-tempat wisata yang ada di Kota Sawahlunto Sumatera Barat, terutama aktivitas yang berkaitan dengan pelayanan dan informasi. Hal ini dikarenakan pelayanan dan informasi adalah suatu objek yang paling berpengaruh untuk meningkatkan jumlah pengunjung atau wisatawan.



2. Untuk peneliti selanjutnya yang memiliki persamaan judul dengan penelitian ini atau peneliti sejenis lainnya mengenai aktivitas media relations dalam mempromosikan produk atau tempat wisata, diharapkan agar dapat meneliti dengan menggunakan teori yang berbeda dari penelitian ini, sehingga ada perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti selanjutnya serta dapat mengembangkan teori-teori yang sudah ada atau menciptakan teori baru yang dapat digunakan oleh peneliti selanjutnya.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Anton, M. Mulyono. *Aktivitas Belajar*. Bandung: Yrama. 2001
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta. 2002
- Harajat, Zakiah. *Metodik Khusus Pengajaran Agama Islam*. Jakarta: Bumi Aksara. 2011
- Darmastuti, Rini. *Media Relations: Konsep, Strategi, Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar. 2013
- Dewanti, Retno. *Kewirausahaan*. Jakarta: Mitra Wacana Media. 2008
- Hasan, Ali. *Marketing*. Yogyakarta: Media Presindo. 2010
- Hidayat, Dasrun. *Media Public Relations: Pendekatan Studi Kasus Cyber Publik Relations Sebagai Metode Kerja PR Digital*. Yogyakarta: Graha Ilmu 2014.
- Goh, sun t.h. *Marketing Wist, Pendekatan Inkonfesional Terhadap Strategi Pemasaran Di Asia*. Jakarta: Gramedia. 2003
- Iriantara, Yosol. *Media Relations: Konsep Pendekatan, dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2005
- Jaiz, Muhammad. *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2014
- Jenkins, Frank. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga. 1995
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: PT. Kencana. 2004
- Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2006
- Moleong, Lexy. J. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta. 2000
- Nasution, S. *Didaktik Asas-Asas Mengajar*. Jakarta: Bumi Aksara. 2010
- Nova, Firsan. *Krisis Public Relations Bagaimana Pr Menangani Krisis Perusahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2011
- Soerdarminta. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. 1981

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Purnama, C.M Lingga. *Strategic Marketing Plan; Panduan Lengkap dan Praktis Menyusun Rencana Pemasaran Yang Strategis dan Efektif*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2001

Rumianti, Sr. Maria Assumpta, *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Grasindo. 1995

Ruslan, Rosady. *Manajemen Hubungan Masyarakat dan Manajemen Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2005

Sadirman, A.M. *Interaksi dan Motivasi Belajar dan Mengajar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 1996

Saladin, Djaslim. *Unsur-Unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran*. Bandung: Mandar Maju. 1991

Shimp, Terence A. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga. 2000

Soehartono, Irawan. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2003

Soetarno. *Pembelajaran Efektif*. Bandung: Dunia Baru. 2001

Subagyo, Joko. *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta. 2011

Sukandar, Rumidi. *Metodologi Penelitian Petunjuk Praktik Untuk Peneliti Pemula*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. 2004

Stiptono, Fandi. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi. 2000

Wahidin Saputra & Rulli Nasrullah. *Public Relations 2.0: Teori dan Praktik Public Relations di Era Cyber*. Depok: Gramata Publishin. 2011

#### Jurnal dan Skripsi :

Pudji Utomo. *Strategi Public Relations dalam Pelayanan Informasi*. 2014

Syifa Maria. *Aktivitas Media Relations Dalam Membentuk Citra Positif Rumah Sakit Syafira Kota Pekanbaru*. 2013

Ardhoyo. *Peran dan Strategi Humas (Public Relations) dalam Mempromosikan Produk Perusahaan*. 2013



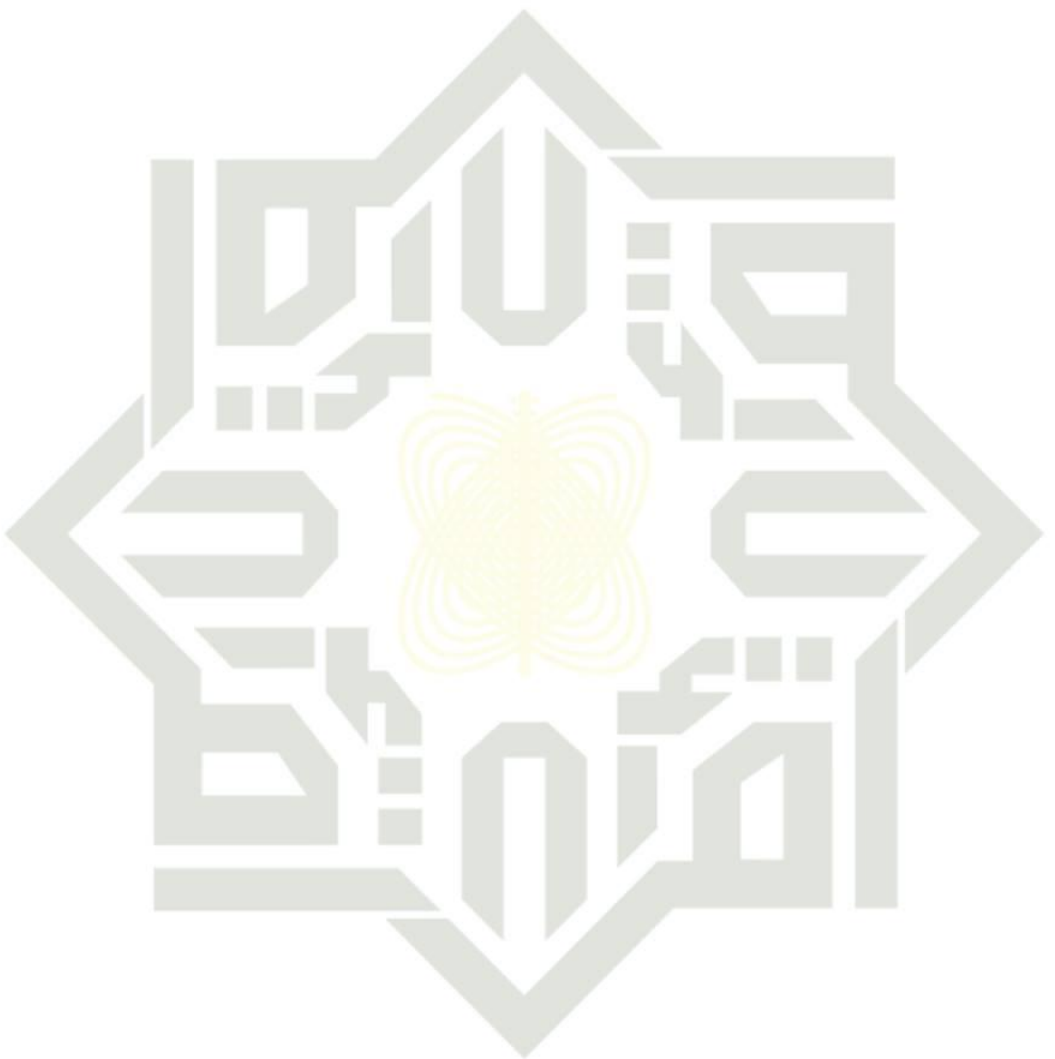


#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Internet :

Beker Pintar, “*Pengertian dan Arti Aktivitas*”, <http://hondacbmodifikasi.com>, (Diakses Pada Tanggal 25 Juli 2019 Pukul 23.14 WIB)



UIN SUSKA RIAU

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## LAMPIRAN

### DOKUMENTASI PENELITIAN





## © Hak cipta milik UIN Suska Riau

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## © Hak cipta milik UIN Suska Riau

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU





# PEMERINTAH PROVINSI RIAU

## DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I & II Komp. Kantor Gubernur Riau  
Jl. Jenderal Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39119 Fax. (0761) 39117, PEKANBARU  
Email : dpmptsp@riau.go.id

Kode Pos : 28126

### REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/13251  
TENTANG



182010

### PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : Kuasa Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/2545/2018 Tanggal 28 Agustus 2018, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

1. Nama : HONEY INDAH MONISSA
2. NIM / KTP : 11343203980
3. Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
4. Jenjang : S1
5. Alamat : PEKANBARU
6. Judul Penelitian : AKTIVITAS MEDIA RELATIONS DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA DALAM MEMPROMOSIKAN TEMPAT-TEMPAT WISATA DI KOTA SAWAHLUNTO SUMATERA BARAT
7. Lokasi Penelitian : DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KOTA SAWAHLUNTO SUMATERA BARAT

Dengan Ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan yang tidak ada hubungan dengan kegiatan ini.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini dibuat.

Demikian Rekomendasi ini diberikan agar dapat digunakan sebagaimana mestinya dan kepada pihak yang terkait diharapkan untuk dapat memberikan kemudahan dan membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini dan terima kasih.

Dibuat di : Pekanbaru  
Pada Tanggal : 29 Agustus 2018



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :  
Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)

DINAS PENANAMAN MODAL DAN  
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
PROVINSI RIAU

#### Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Gubernur Sumatera Barat
3. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP Provinsi Sumatera Barat di Padang
4. Kuasa Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
5. Yang Bersangkutan





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PEMERINTAH KOTA SAWAHLUNTO**  
**DINAS PARIWISATA, PEMUDA DAN OLAHRAGA**

Jl. Kebun Jati No. 01 Kel. Saringan Kec. Barangin Kota Sawahlunto Telp./Fax. (0754) 61032  
 Home Page : <http://www.sawahlunto.go.id> / E-Mail : [informasi@sawahlunto.go.id](mailto:informasi@sawahlunto.go.id)



**SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN**

Nomor : 556 / 404 / Parpora-Swl / 2018

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Efriyanto, S.Sos, MM**  
 NIP : 19720808 199302 1 002  
 Jabatan : Kepala Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : **Honey Indah Monissa**  
 Tempat / Tgl Lahir : Sawahlunto / 14 Desember 1993  
 Pekerjaan : Mahasiswa  
 NIM / BP : 11343203980  
 Universitas : Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Telah selesai melakukan penelitian di Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kota Sawahlunto selama 1 (Satu) Bulan, terhitung mulai tanggal 02 September s/d 02 Oktober 2018 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan Tugas Akhir yang berjudul **"Aktivitas Media Relations Dinas Kebudayaan dan Priwisata Dalam Mempromosikan Tempat-Tempat Wisata di Kota Sawahlunto Sumatera Barat"**

Demikian surat keterangan selesai penelitian ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Sawahlunto, 04 Oktober 2018

**KEPALA DINAS**  
**PARIWISATA, PEMUDA DAN OLAHRAGA**  
**KOTA SAWAHLUNTO**



**EFRIYANTO, S.Sos, MM**  
 NIP. 19720808 199302 1 002



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Honey Indah Monissa dilahirkan di Kota Sawahlunto Sumatera Barat pada tanggal 14 Desember 1993. Anak ke 3 dari 4 bersaudara dari pasangan Ayahanda Syaharuddin dan Ibunda Desmaniar. Pendidikan formal yang ditempuh penulis adalah SDN 007 Kota Duri- Riau dan tamat pada tahun 2006. Kemudian melanjutkan ke SMPN 1 Mandau dan tamat pada tahun 2009. Selanjutnya penulis melanjutkan masuk ke SMAS MUTIARA Duri-Riau dan tamat pada tahun 2012. Kemudian pada tahun 2013 dinyatakan lulus dan diterima di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi melalui jalur SBMPTN. Penulis melakukan penelitian di Dinas Pariwisata Kota Sawahlunto Sumatera Barat dalam mempromosikan tempat- tempat wisata dibawah bimbingan ibuk Intan Kemala, S.Sos, M.Si selaku pembimbing 1 dan bapak Miftahuddin, M.Ag selaku pembimbing II. Alhamdulillah pada hari Kamis 7 November 2019 penulis dinyatakan lulus dalam sidang Munaqasyah.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.